

**PENGARUH MOTIVASI DAN *FINANCIAL CAPABILITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DALAM
MENGUNAKAN PRODUK KPR GRIYA SIMUDA DENGAN
RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Nasabah PT.Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang
Pekalongan Pemuda di Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

RISKA ISTIFARILLAH

NIM 40222073

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2026**

**PENGARUH MOTIVASI DAN *FINANCIAL CAPABILITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL DALAM
MENGUNAKAN PRODUK KPR GRIYA SIMUDA DENGAN
RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Nasabah PT.Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang
Pekalongan Pemuda di Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

RISKA ISTIFARILLAH

NIM 40222073

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

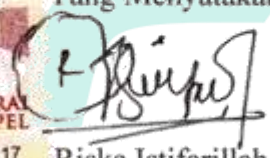
Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riska Istifarillah
NIM : 40222073
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : **Pengaruh Motivasi dan *Financial Capability* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial dalam Menggunakan Produk KPR Griya Simuda dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda).**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Dengan pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 26 Mei 2026

Yang Menyatakan


Riska Istifarillah



NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Riska Istifarillah

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum. Wr. Wb

Setelah diadakannya penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Riska Istifarillah**

NIM : **40222073**

Judul Skripsi : **Pengaruh Motivasi dan *Financial Capability* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial dalam Menggunakan Produk KPR Griya Simuda dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda).**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera di munaqasahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, Saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Pekalongan, 20 Mei 2026

Pembimbing


Dr. H. Muhammad Nasrullah S.E., M.S.I

NIP. 198011282006041003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Riska Istifarillah
NIM : 40222073
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi dan *Financial Capability* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial dalam Menggunakan Produk KPR Griya Simuda dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda).

Dosen Pembimbing : Dr. H. Muhammad Nasrullah S.E.,M.S.I

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 19 Juni 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

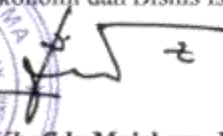

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
NIP. 198205272011011005

Penguji II


Svamsul Arifin, M.E.
NIP. 198908312023211022

Pekalongan, 26 Juni 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

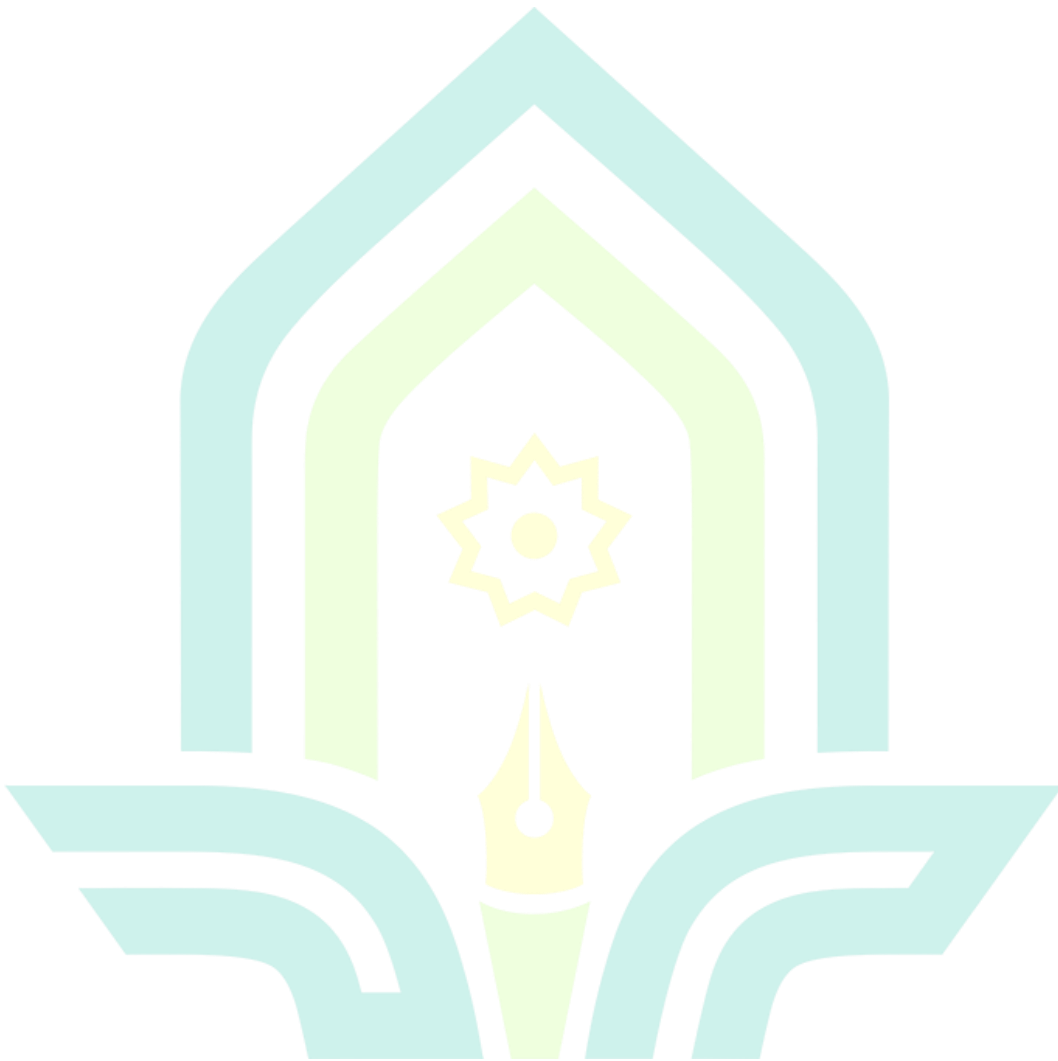

Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003



MOTTO

“Wahai orang-orang yang beriman, mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Q.S. Al-Baqarah : 153)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana S1 Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Diantara seluruh halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan adalah halaman yang paling bermakna, karena di sinilah penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. Bismillahirrahmanirrahim, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Saya persembahkan karya ini terkhusus untuk kedua orang tua saya, Alm. Bapak Abdul Kholiq, sosok yang paling penulis rindukan sedari kecil, yang kini telah beristirahat di Surga-Nya Allah. Meski tidak sempat menemani penulis melalui setiap langkah dalam proses ini, beliau tetap memiliki tempat tersendiri dalam hati penulis, dari ketidakhadiran beliau, penulis belajar arti keteguhan, kemandirian dan kekuatan untuk melangkah sendiri. Terima kasih telah menjadi alasan terbesar penulis untuk tetap semangat berjuang meraih gelar sarjana yang Bapak impikan. Walaupun terasa sangat sulit menjalani

hidup tanpa didampingi sosok bapak, rasa iri dan rindu sering kali membuat terjatuh. Semoga Allah SWT melapangkan jalan beliau dan menempatkannya terbaik disisi-Nya. Tak lupa teruntuk Ibu tercinta, Ibu Musyawaroh, sosok kuat yang tidak hanya menjadi seorang ibu, tetapi juga menggantikan peran ayah dengan penuh keteguhan, kesabaran dan kasih sayang, yang menjadi penyemangat penulis serta menjadi sandaran terkuat di dunia. Terimakasih untuk setiap doa yang dipanjatkan, setiap air mata dan setiap pengorbanan, penulis menemukan makna perjuangan yang sesungguhnya. Dari beliau, penulis belajar bahwa cinta seorang ibu mampu menguatkan disaat dunia terasa sangat berat.

2. Kakak penulis, Erny Hadiyastutik dan Muhammad Hartanto, beserta kakak ipar Akrom Khasani dan Dini Mentari, yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada adik, Muhammad Furqon serta ponakan tersayang, Muhammad Emir Gaffi, Danish Rayyan Al-farizqi, dan Azzad Gamil. Kehadiran kalian dengan tawa, keceriaan, dan kepolosan sering kali menjadi penghibur ditengah proses penyusunan skripsi ini.
3. Teman perkuliahan saya yang senantiasa memberikan dukungan dan memberikan saran serta masukan-masukan yang positif Arief, Dafa, Diah, Irul, Alya, Laili, Dessy, Febi, Alisah.
4. Teman-teman KKN 63 Kelompok 28 Rahma, Manda, Rani, Raiha, Ghina, Eno, Sabrina, Ela yang telah memberikan kenyamanan dan semangat dalam menjalani proses perkuliahan serta kehidupan jauh dari rumah.

5. Kepada Sahabat penulis sejak SMA Wifaqul Azmi, Nur Afiyani, Nur Fadhilah.
Terima kasih atas kebersamaan, tempat keluh kesah, dukungan serta doa yang senantiasa diberikan kepada penulis. Kehadiran yang terjalin menjadi sumber semangat serta penguat bagi penulis dalam menjalani berbagai proses peendidikan ini.
6. Teruntuk Organisasi saya, HMPS Perbankan Syariah dan GenBI (Generasi Baru Indonesia), yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup dan proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah menjadi tempat saya belajar, bertumbuh, dan memahami arti kebersamaan, tanggung jawab, serta perjuangan. Bersama kalian, saya menemukan banyak pelajaran berharga, dukungan, semangat, dan kenangan yang tidak akan pernah terlupakan. Kehadiran kalian bukan hanya memberikan motivasi untuk terus melangkah, tetapi juga mengajarkan bahwa ilmu harus membawa manfaat dan keberkahan bagi sesama. Setiap proses, tawa, lelah, dan doa yang pernah kita lalui bersama menjadi kekuatan bagi saya untuk menyelesaikan karya ini.
7. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2022, terima kasih telah kebersamai menuntut ilmu dan merajut mimpi.
8. Para responden yang telah meluangkan waktunya mengisi kuesioner.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan.

ABSTRAK

RISKA ISTIFARILLAH, Pengaruh Motivasi dan *Financial Capability* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial dalam Menggunakan Produk KPR Griya Simuda dengan Religiositas sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda).

Perumahan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang mendesak untuk dipenuhi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan generasi milenial terhadap kepemilikan rumah, namun keterbatasan kemampuan finansial mendorong mereka untuk memilih pembiayaan melalui Kredit Pemilikan Rumah (KPR), khususnya pada produk KPR syariah. Di sisi lain, perkembangan pembiayaan KPR pada Bank Syariah Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang positif, terutama pada segmen milenial. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian KPR tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh motivasi dan tingkat kemampuan finansial, serta nilai-nilai religiositas yang dimiliki individu. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh motivasi dan *financial capability* terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda dengan religiositas sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 86 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dan *financial capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa religiositas memperlemah pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian KPR dengan arah negatif, karena individu dengan tingkat religiositas tinggi cenderung menjadikan nilai-nilai syariah sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan dibandingkan dorongan kebutuhan pribadi semata. Sebaliknya, religiositas memperkuat pengaruh *financial capability* terhadap keputusan pembelian KPR dengan arah positif, karena kemampuan keuangan yang didukung oleh kesadaran religius meningkatkan keyakinan nasabah dalam memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Nilai koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa model penelitian mengalami peningkatan setelah memasukkan variabel moderasi, yang berarti model menjadi lebih kuat dalam menjelaskan variabel dependen.

Kata Kunci : Motivasi, *Financial Capability*, Religiositas, Keputusan Pembelian,

KPR

ABSTRACT

RISKA ISTIFARILLAH, *The Influence of Motivation and Financial Capability on the Purchasing Decisions of the Millennial Generation in using the Griya Simuda Mortgage Product with Religiosity as a Moderating Variable (a Study on Customers of PT. Bank Syariah Indonesia, Pekalongan Pemuda Branch Office).*

Housing is one of the basic human needs that urgently needs to be fulfilled. This study is motivated by the increasing demand for home ownership among millennials, while limited financial capability encourages them to choose financing through Home Ownership Credit (KPR), particularly Islamic mortgage products. In addition, the growth of mortgage financing at Bank Syariah Indonesia shows a positive trend, especially among the millennial segment. This indicates that purchasing decisions are influenced not only by economic factors but also by motivation, financial capability, and religiosity. The purpose of this study is to analyze the effect of motivation and financial capability on the purchasing decisions of millennials in using BSI Griya Simuda mortgage products, with religiosity as a moderating variable.

This research is a field research with a quantitative approach. Sampling was carried out using the Slovin formula with a sample size of 86 respondents. The data collection technique used a questionnaire and the data analysis used was multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) using IBM SPSS Statistics 26.

The results of the study indicate that motivation and financial capability have a positive and significant effect on the decision to purchase Islamic mortgage financing (KPR). The moderation test results show that religiosity weakens the influence of motivation on KPR purchase decisions, as indicated by a negative interaction effect. This suggests that individuals with a high level of religiosity tend to prioritize compliance with Islamic principles in their decision-making process rather than relying solely on personal needs and motivations. Conversely, religiosity strengthens the influence of financial capability on KPR purchase decisions, as indicated by a positive interaction effect. This finding implies that financial capability, when supported by a strong religious commitment, increases customers' confidence in choosing financing products that are in accordance with Islamic principles. Furthermore, the coefficient of determination demonstrates an improvement after the inclusion of the moderating variable, indicating that the research model becomes more robust in explaining the dependent variable.

Keywords : Motivation, Financial Capability, Religiosity, Purchasing Decision,
Islamic Mortgage

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana SI Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Bapak Dr. H. AM. Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan 1 Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Ulfa Kurniasih, M.Hum. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

6. Bapak Husni Awali, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan.
7. Bapak Dr. H. Muhammad Nasrullah, S.E.,M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah banyak memberikan ilmu.
9. Para Staff Akademik Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membantu selama masa perkuliahan.
10. Keluarga tercinta, Kedua Orang Tua atas segala doa, dukungan baik secara materil maupun moril.
11. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal yang berkaitan dengan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 22 Mei 2026

Riska Istifarillah

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
P E N G E S A H A N.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
D. Sistematika Pembahasan	13
BAB II	15
LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori.....	15
B. Telaah Pustaka	28
C. Kerangka Berpikir.....	35
D. Hipotesis.....	36
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Pendekatan Penelitian	40
C. Setting Penelitian	41

D. Populasi dan Sampel	41
E. Variabel Penelitian	43
F. Sumber Data	44
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Metode Analisis Data	46
BAB IV	55
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	55
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	55
B. Deskripsi Data Nasabah	56
C. Analisis Hasil Penelitian	61
D. Pembahasan	73
BAB V	81
PENUTUP	81
A. Simpulan	81
B. Keterbatasan Penelitian	82
C. Implikasi	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke Indonesia sebagaimana terlibat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Bahasa Arab seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ا = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	Ditulis	<i>qāla</i>
رَمَى	Ditulis	<i>ramā</i>
قِيلَ	Ditulis	<i>qīla</i>
يَقُولُ	Ditulis	<i>yaqūlu</i>

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' Marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ Ditulis *raudhatul athfal*

2. Ta' Marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Contoh:

طَلْحَةُ Ditulis *thalhah*

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ Ditulis *nazzala*

الْبِرُّ Ditulis *al-birru*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
الْقَلَمُ	Ditulis	<i>al-qalamu</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الْجَلَالُ	Ditulis	<i>al-jalālu</i>

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ	Ditulis	<i>ta'khuẓu</i>
سَيِّئٌ	Ditulis	<i>syai'un</i>
النَّوْءُ	Ditulis	<i>an-nau'u</i>
إِنَّ	Ditulis	<i>inna</i>

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Ditulis	<i>Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/Wainnallāha khairurrāziqīn</i>
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Ditulis	<i>Bismillāhi majrehā wa mursāhā</i>

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Ditulis	<i>Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn</i>
الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ	Ditulis	<i>Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm</i>

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ	Ditulis	<i>Allaāhu gafūrun rahīm</i>
لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا	Ditulis	<i>Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an</i>

J. Tajwid

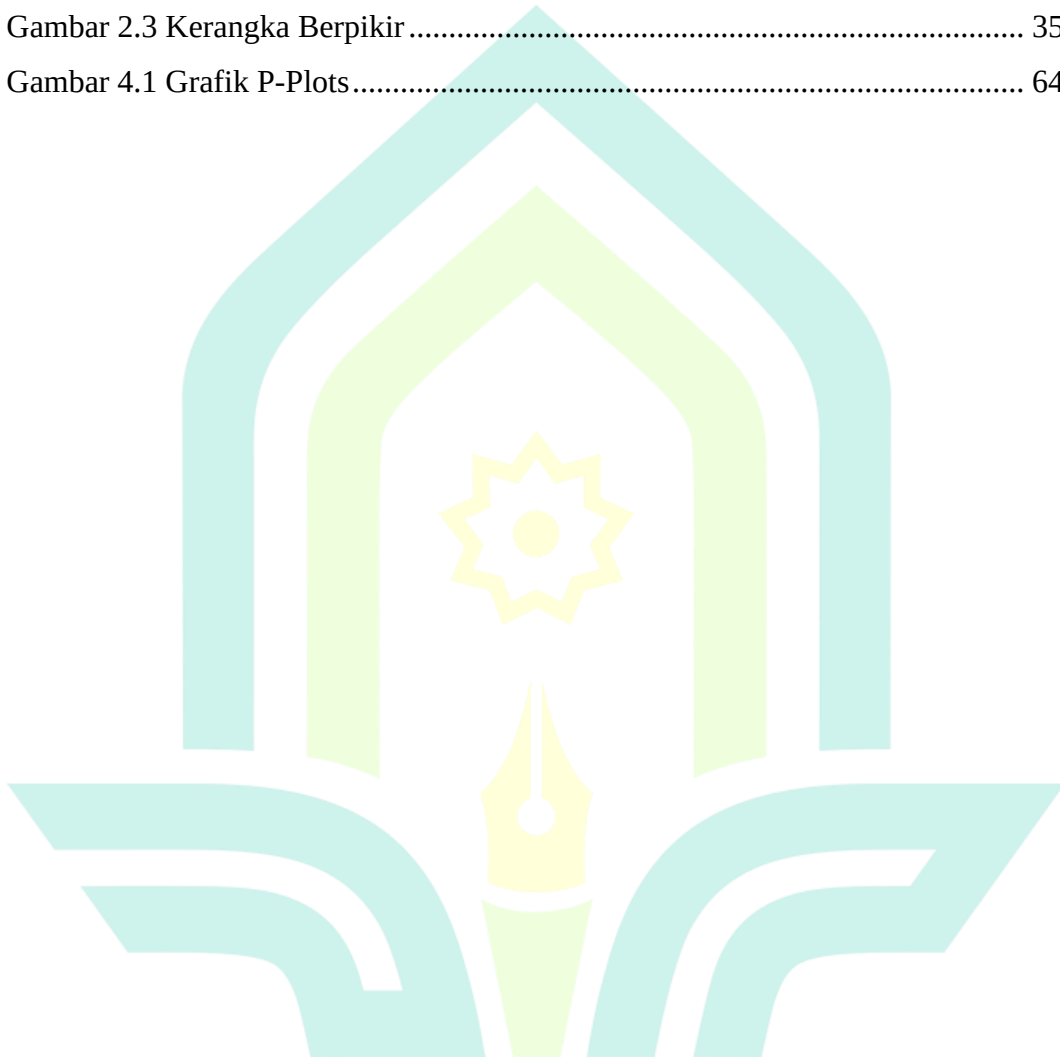
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	43
Tabel 3.2 Skala Likert.....	45
Tabel 3.3 Model Interval Koefisien	54
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	59
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Butir-Butir Pernyataan Kuesioner.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Butir-Butir Pernyataan Kuesioner	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedasitas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.13 Hasil Uji MRA	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

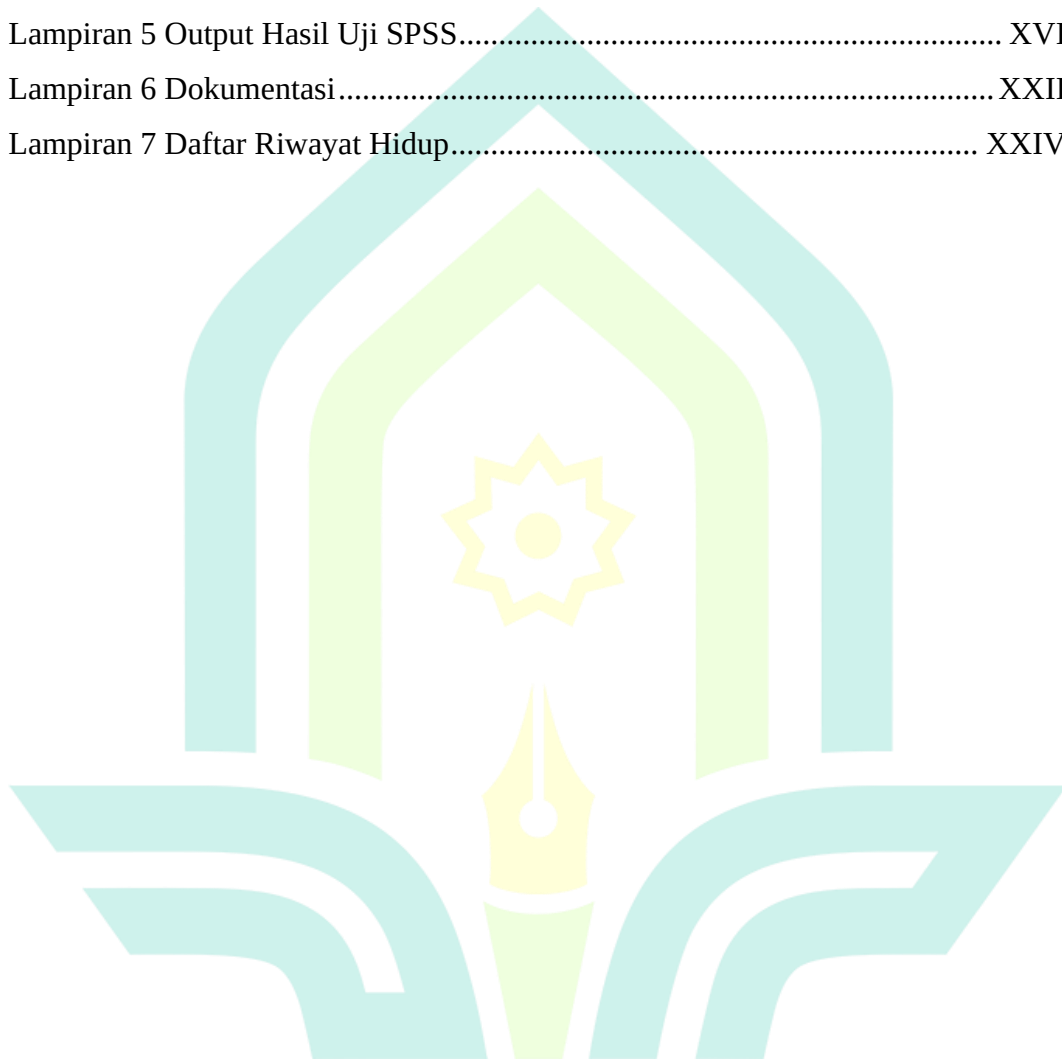
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Persentase Data Nasabah KPR BSI Griya KC Pekalongan Pemuda	4
Gambar 2.1 Model Theory Planned of Behaviour	16
Gambar 2.2 Teori Hierarki Maslow	21
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Grafik P-Plots	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Kuesioner	VI
Lampiran 3 Surat Permohonan Izin Penelitian	XIV
Lampiran 4 Surat Selesai Penelitian	XV
Lampiran 5 Output Hasil Uji SPSS.....	XVI
Lampiran 6 Dokumentasi.....	XXII
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	XXIV



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perumahan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang mendesak untuk dipenuhi, terlebih bagi generasi muda yang sedang memasuki fase kehidupan berkeluarga dan mandiri secara finansial. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan terhadap perumahan oleh generasi muda di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat. Berdasarkan data *Rumah.com Property Market Report Q1 2025*, lebih dari 46% permintaan pencarian rumah datang dari kalangan usia 25–35 tahun, yang sebagian besar merupakan generasi milenial. Namun, dengan tingginya harga rumah yang semakin meningkat sering kali menjadi kendala utama untuk membeli rumah secara tunai. Oleh karena itu, peluang bagi lembaga keuangan syariah (LKS) untuk menjawab kebutuhan generasi milenial melalui produk pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah. KPR (Kredit Pemilikan Rumah) adalah pinjaman yang diberikan kepada pembeli rumah dengan skema pembiayaan (leasing) sampai dengan persentase tertentu dari harga sebuah rumah atau properti. Keberadaan KPR Syariah berfungsi untuk mempermudah kepemilikan hunian melalui sistem pembayaran angsuran jangka panjang sesuai dengan kemampuan finansial serta prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan laporan *OJK Sharia Banking Outlook (2026/Q1)*, portofolio pembiayaan bank syariah tumbuh sebesar 9,82% secara tahunan (yoy), dengan pembiayaan rumah atau KPR syariah menjadi salah satu kontributor utama yang mengambil porsi terbesar sekitar 23% dari total penyaluran. Pertumbuhan ini

mengindikasikan bahwa produk KPR Syariah semakin diminati masyarakat. Pilihan ini tidak hanya menawarkan kemudahan dalam cicilan dan tenor, tetapi juga mencerminkan preferensi masyarakat muslim untuk menghindari unsur riba. Prinsip utama dalam KPR Syariah adalah sistem bagi hasil dan berbagi risiko (*risk sharing*), sehingga pembayaran bunga pinjaman tidak diperkenankan. Oleh karena itu, KPR Syariah umumnya difasilitasi oleh bank syariah yang menerapkan jenis akad jual beli (*murabahah*), dimana pihak bank tidak dapat merubah besaran angsuran nasabah hingga akhir masa pembiayaan. Dikarenakan harga jual dan angsurannya telah disepakati diawal akad pembiayaan (Hasbi & Hadi, 2016).

BSI menempati posisi keenam perbankan nasional untuk volume penyaluran pembiayaan griya (BSI, 2025). Namun dari sisi pertumbuhan tahunan, BSI menunjukan pertumbuhan yang positif. Berdasarkan data terbaru, Pada pertengahan 2024 pembiayaan mencapai sekitar Rp54,34 triliun dengan pertumbuhan sekitar 6,24% YoY, kemudian naik menjadi sekitar Rp58,03 triliun di kuartal I/2025 dan naik sebesar 8,63% menjadi Rp. 69,98 triliun pada kuartal II/2025, serta bertahan kuat di level Rp. 59 triliun di pertengahan 2025. Selain itu, realisasi penyaluran dalam 2025 juga berada di sekitar Rp. 1 triliun/bulan, menandakan target penyaluran masih tumbuh positif yang sebagian besar didorong oleh segmen milenial (Kontan, 2026).

Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan bank syariah terbesar di Indonesia menyediakan berbagai produk penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa perbankan syariah. Salah satu produk pembiayaan unggulan yang dimiliki BSI adalah BSI Griya, yaitu fasilitas pembiayaan kepemilikan rumah yang

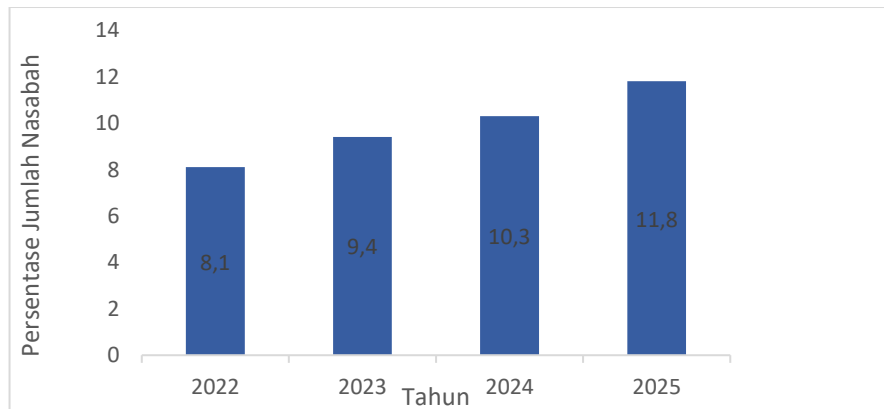
menggunakan prinsip syariah. Produk BSI Griya terdiri atas beberapa jenis layanan, antara lain pembiayaan pembelian rumah, take over pembiayaan, refinancing, dan program khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan segmen nasabah tertentu. Salah satu program yang dikembangkan BSI adalah BSI Griya Simuda yang secara khusus ditujukan kepada generasi muda atau generasi milenial untuk membantu mewujudkan kepemilikan rumah melalui skema pembiayaan syariah (BSI,2026).

BSI Griya Simuda menawarkan berbagai kemudahan bagi generasi muda, seperti plafon pembiayaan yang lebih tinggi, angsuran yang ringan, jangka waktu pembiayaan hingga 30 tahun, uang muka mulai dari 0% untuk rumah pertama, serta bebas denda dan biaya administrasi tertentu. Produk ini dapat digunakan untuk pembelian rumah baru maupun bekas, apartemen, ruko, serta fasilitas take over pembiayaan dari bank lain dengan menggunakan akad syariah. Kehadiran BSI Griya Simuda menunjukkan upaya Bank Syariah Indonesia dalam menjawab kebutuhan generasi milenial yang memiliki keinginan tinggi untuk memiliki rumah, namun sering menghadapi keterbatasan finansial pada usia produktif awal. Riset yang dilakukan oleh Ali dan Purwandi dalam bukunya *Milennial Nusantara* menunjukkan bahwa generasi milenial menjadi target pasar yang dominan dalam sektor perbankan karena berada pada fase produktif untuk membeli rumah pertama (Astuti & Raharjo,2021).

Fenomena pertumbuhan pembiayaan KPR juga tercermin di tingkat cabang, termasuk di BSI Kantor Cabang Pekalongan Pemuda, dengan jumlah nasabah pembiayaan KPR menunjukkan pertumbuhan yang stabil dan positif dalam

beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan tersebut dapat terlihat pada gambar grafik berikut :

Gambar 1.1 Pertumbuhan Persentase Data Nasabah KPR BSI Griya KC Pekalongan Pemuda



Sumber : (Data sekunder diolah, 2026)

Dari grafik pertumbuhan tersebut, Pada tahun 2022 pertumbuhan nasabah KPR BSI Griya tercatat sekitar 8,1%, tahun 2023 sebesar 9,4%, tahun 2024 sebesar 10,3%, dan hingga Kuartal II/2025 masih tumbuh sekitar 11,8 % dengan total nasabah mencapai sekitar 600 orang, dengan target penyaluran pembiayaan KPR ditetapkan sebesar Rp. 2 Milyar/bulan atau sekitar Rp. 24 Milyar/tahun (Yan Eka Kurniawan, 2026). Meskipun secara persentase pertumbuhan cenderung melandai, secara jumlah absolut nasabah terus meningkat hingga pada Kuartal II/2025. Kondisi ini menunjukkan bahwa realisasi pembiayaan KPR yang disalurkan di BSI KC Pekalongan Pemuda berada dalam tren positif dan secara umum telah memenuhi target pertumbuhan cabang yang bersifat tahunan incremental (bertahap), karena setiap tahun tetap mengalami kenaikan jumlah nasabah serta performa pembiayaan KPR BSI KC Pekalongan Pemuda tergolong baik dan

berkelanjutan dan mampu mempertahankan minat masyarakat terhadap produk KPR syariah.

Selain pertumbuhan jumlah nasabah, fenomena menarik yang ditemukan di lapangan adalah kecenderungan generasi milenial lebih memilih menggunakan fasilitas KPR dibandingkan membeli tanah dan membangun rumah secara mandiri. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada tiga informan terkait yang merupakan generasi milenial, menyatakan bahwa menyediakan dana besar sekaligus untuk membeli tanah dan membangun rumah membutuhkan waktu yang lebih lama serta memiliki risiko ketidakpastian biaya. Sebaliknya, skema KPR menawarkan kepastian harga, jangka waktu pembayaran yang jelas, serta beban cicilan yang dapat disesuaikan dengan pendapatan bulanan. Keputusan tersebut juga didorong oleh motivasi untuk segera memiliki hunian yang memberikan rasa aman dan stabilitas keluarga. Generasi milenial yang berada pada fase membangun keluarga cenderung memprioritaskan kepastian hunian dibandingkan proses pembangunan bertahap yang memerlukan waktu dan pengawasan intensif

Keputusan pembelian merupakan proses yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa setelah melalui serangkaian tahapan, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga perilaku pasca pembelian. Dalam konteks perbankan syariah, keputusan nasabah untuk menggunakan produk KPR syariah menjadi aspek penting karena produk pembiayaan rumah merupakan salah satu produk unggulan yang memiliki karakteristik pembiayaan jangka panjang dan melibatkan komitmen finansial yang besar. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan

adanya beragam faktor yang memengaruhi keputusan pembelian penggunaan KPR, secara umum meliputi : Pertama, Faktor Ekonomi menunjukkan bahwa pendapatan dan tingkat suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengambilan KPR, karena konsumen cenderung mempertimbangkan kestabilan arus kas dan risiko gagal bayar sebelum memutuskan mengambil pembiayaan perumahan (Nuraini, et al., 2024). Kedua, Faktor Perbankan/Institusional menunjukkan bahwa kualitas layanan dan efisiensi prosedur berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah dalam memilih produk KPR. Proses pengajuan yang transparan, cepat, serta didukung oleh petugas bank yang kompeten mampu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keyakinan konsumen, sehingga mendorong keputusan pembelian pembelian KPR (Delfia, et al., 2023). Ketiga, Faktor Nilai & Psikologis termasuk kebutuhan dan persepsi individu. Disisi lain, Konsumen dengan tingkat religiositas tinggi cenderung memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah karena dianggap lebih aman secara moral, bebas riba, dan sejalan dengan ajaran agama (Dimas, et al., 2024). Keempat, Faktor Sosial menunjukkan bahwa lokasi, promosi, dan persepsi risiko sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pembelian KPR. Lingkungan sosial, rekomendasi keluarga, serta citra bank turut memperkuat keyakinan konsumen dalam memilih produk KPR tertentu (Dimas, et al., 2024).

Dari faktor pendorong tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih dalam salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian generasi milenial dalam memilih produk KPR Syariah yaitu motivasi yang merupakan faktor internal. Dalam perspektif perilaku konsumen, motivasi merupakan dorongan internal yang

mengarahkan individu untuk bertindak dalam rangka memenuhi kebutuhan yang dirasakan penting. Dalam konteks pemilikan rumah, generasi milenial yang umumnya berada pada usia produktif merasa perlu memiliki hunian tetap sebagai bagian dari pencapaian tujuan hidup, kemandirian, dan stabilitas ekonomi. Menurut teori kebutuhan Maslow, kebutuhan akan tempat tinggal termasuk dalam kebutuhan fisiologis, sosial dan rasa aman yang mendasar (Kotler & Keller, 2016). Penelitian oleh Afifah dan Darmawan (2023) menunjukkan bahwa motivasi intrinsik, seperti keinginan untuk memiliki rumah sendiri, dan motivasi ekstrinsik, seperti tekanan lingkungan sosial atau status, memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli rumah melalui skema KPR Syariah. Lebih lanjut, dalam studi oleh Lestari dan Purwanegara (2021), ditemukan bahwa motivasi memiliki hubungan yang positif signifikan terhadap minat beli rumah melalui KPR, khususnya pada kelompok usia 25–35 tahun yang sedang berada di tahap awal membangun kehidupan rumah tangga. Namun, terdapat pula hasil berbeda penelitian Farhan dan Linda Wati (2023) yang menemukan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

Selain motivasi, faktor internal lain dalam memengaruhi keputusan pembelian generasi milenial untuk menggunakan produk KPR adalah *financial capability* atau kemampuan keuangan. Dalam konteks kepemilikan rumah, terutama melalui skema pembiayaan seperti KPR, kemampuan mengelola keuangan, memenuhi persyaratan pembiayaan, serta membayar angsuran secara berkelanjutan menentukan kelayakan keputusan pembelian pengambilan KPR dan kesiapan finansial jangka panjang. *Financial capability* atau kemampuan keuangan merupakan kemampuan individu

dalam mengelola keuangan secara bijak, termasuk dalam membuat keputusan pembelian finansial jangka panjang seperti pembelian rumah melalui skema pembiayaan. Penelitian oleh Handayani & Nugroho, (2021) menemukan bahwa *financial capability*, yang meliputi kemampuan mengelola pendapatan, pengeluaran, dan perencanaan keuangan jangka panjang, berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mengambil produk KPR. Penelitian lain oleh Setyowati dan Nidar (2023) menunjukkan bahwa kemampuan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk KPR, terutama pada aspek kesiapan dana awal dan manajemen penghasilan bulanan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putra Albiansyah et al.,(2025) menunjukan bahwa *financial capability* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan KPR.

Sebagai lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak hanya menawarkan manfaat ekonomi kepada nasabah, tetapi juga memberikan alternatif layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti menggunakan akad yang sesuai syariah dan terhindar dari praktik riba. Karakteristik tersebut menjadikan aspek keagamaan sebagai salah satu pertimbangan penting bagi nasabah dalam mengambil keputusan menggunakan produk pembiayaan syariah. Dalam konteks perbankan syariah, tingkat religiositas seseorang diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan produk dan layanan yang ditawarkan. Religiositas merupakan tingkat penghayatan, pemahaman, dan pengamalan seseorang terhadap ajaran agamanya yang tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari. Oleh karena itu, individu yang

memiliki tingkat religiositas yang tinggi cenderung lebih memperhatikan kesesuaian suatu produk keuangan dengan nilai-nilai Islam sebelum mengambil keputusan untuk menggunakannya. Selain berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan produk syariah, religiositas juga diduga mampu memperkuat hubungan antara motivasi dan financial capability terhadap keputusan generasi milenial menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda. Hal ini karena individu yang memiliki kemampuan finansial yang baik dan didukung oleh tingkat religiositas yang tinggi cenderung lebih yakin dalam mengambil keputusan menggunakan pembiayaan syariah sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan sekaligus implementasi nilai-nilai keagamaan dalam aktivitas ekonomi.

Dalam penelitian ini, religiositas dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara motivasi dan kemampuan finansial terhadap keputusan pembelian menggunakan produk syariah, karena tingkat pemahaman dan penghayatan terhadap prinsip-prinsip syariah mendorong konsumen untuk memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan nilai keagamaan dan menghindari praktik riba. Penelitian oleh Dwi Nur Agustin & Luqman Hakim, (2022) menunjukkan bahwa tingkat religiositas tinggi cenderung memandang keputusan pembelian finansial bukan hanya dari sisi rasionalitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari kepatuhan pada prinsip syariah yang artinya mampu memperkuat pengaruh *financial capability* terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Nuraini et al., (2025) juga menunjukkan bahwa kemampuan keuangan mampu memperkuat hubungan antara variabel ekonomi dan keputusan pembelian KPR. Di sisi lain, Riza Warnain & Heru Aulia Azman, (2023) menemukan bahwa semakin tinggi tingkat

religiositas, maka konsumen tidak hanya didorong oleh motivasi kebutuhan semata, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga religiositas terbukti berperan sebagai variabel moderasi yang memperlemah pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian.

Meskipun penelitian sebelumnya telah menunjukkan pengaruh motivasi dan financial capability serta religiositas terhadap keputusan pembelian produk KPR Syariah, namun masih terbatas pada penelitian yang menggunakan sampel umum. Penelitian ini mencoba mengisi research gap tersebut dengan memfokuskan pada keputusan pembelian generasi milenial terhadap produk KPR BSI Griya Simuda, serta menganalisis peran variabel moderasi religiositas secara mendalam.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan pada Bank Syariah Indonesia, yang dikenal menjadi salah satu institusi perbankan yang memiliki aset terbesar di Indonesia, dengan pemilihan nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda sebagai objek penelitian. Pemilihan BSI KC Pekalongan Pemuda sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa cabang ini memiliki pertumbuhan nasabah KPR yang stabil dan signifikan dan didasarkan pada fenomena perkembangan produk pembiayaan syariah yang menasar segmen milenial, serta menjadi salah satu cabang yang aktif menyalurkan pembiayaan griya di wilayah Pekalongan. Maka dari itu, Nasabah diasumsikan memberikan pemahaman tentang keputusan pembelian dalam menggunakan produk KPR. Berdasarkan hal itu, peneliti memandang penting untuk mengkaji lebih dalam **“Pengaruh Motivasi dan Financial Capability terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial Menggunakan Produk KPR Griya Simuda dengan Religiositas sebagai**

Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda)".

B. Rumusan Masalah

Dari uraian pokok latar belakang diatas, maka peneliti memiliki rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda?
2. Apakah *Financial Capability* berpengaruh terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda?
3. Apakah Religiositas memoderasi pengaruh Motivasi terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda?
4. Apakah Religiositas memoderasi pengaruh *Financial Capability* terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini terbagi menjadi 2 tujuan yaitu :

1. Tujuan Umum

Untuk menguji secara empiris apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk menguji peran religiositas sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara kedua variabel independen tersebut terhadap keputusan pembelian penggunaan produk.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk menganalisis pengaruh Motivasi terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda
- b. Untuk menganalisis pengaruh *Financial Capability* terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda
- c. Untuk menganalisis pengaruh religiositas sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara motivasi terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda
- d. Untuk menganalisis pengaruh religiositas sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *financial capability* terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda.

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi 2 manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya dalam kajian perilaku konsumen dan keuangan syariah. Penelitian ini memperkaya literatur dengan mengkaji hubungan antara motivasi, kemampuan finansial (*financial capability*), dan religiositas terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menggunakan produk KPR syariah, khususnya KPR BSI Griya Simuda. Temuan dari penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan model serupa atau melakukan studi komparatif dalam konteks yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan membantu meningkatkan kapasitas peneliti dalam berpikir untuk memecahkan masalah serta dapat menjadi acuan dan pengalaman dalam melakukan riset berbasis kuantitatif di bidang ekonomi syariah.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam merancang strategi pemasaran KPR BSI Griya Simuda yang lebih efektif, terutama dalam menjangkau segmen milenial.

c. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pertimbangan dalam memilih produk KPR yang sesuai dengan kebutuhan, kemampuan finansial, dan nilai keagamaannya.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi peneliti sejenis dan menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang mengenai keputusan pembelian generasi milenial menggunakan produk KPR BSI Griya Simuda dengan motivasi dan financial capability sebagai variabel nya dengan religiositas sebagai variabel moderasi.

Disertai rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Memuat teori-teori terkait motivasi, financial capability, keputusan pembelian nasabah serta religiositas sebagai variabel moderasi dan juga kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil analisis data, mulai dari uji instrumen, uji asumsi klasik, hingga uji hipotesis, serta interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk pihak terkait serta penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang dapat ditarik peneliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel Motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan produk KPR. Hal ini dikonfirmasi dengan dicapainya nilai thitung sebesar $3,384 > 1.663$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan kata lain, semakin tinggi motivasi konsumen, maka semakin tinggi pula kecenderungan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan KPR BSI Griya Simuda.
2. Variabel *Financial Capability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan produk KPR. Hal ini dikonfirmasi dengan dicapainya nilai thitung diperoleh sebesar $4,510 > 1.663$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa Generasi milenial yang memiliki *financial capability* yang baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan, karena mereka mampu menghitung kemampuan bayar (*ability to pay*) dan menyesuaikannya dengan skema cicilan KPR yang ditawarkan.
3. Berdasarkan penelitian bahwa Religiositas memoderasi pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan produk KPR. Hal ini dikonfirmasi dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $-0,164$ dan nilai

signifikansi $0,001 < 0,05$. Arah koefisien interaksi yang bernilai negatif menunjukkan bahwa religiositas berperan sebagai variabel moderasi yang memperlemah pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian. Artinya, ketika tingkat religiositas individu semakin tinggi, maka pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian KPR menjadi lebih kecil.

4. Berdasarkan penelitian bahwa Religiositas memoderasi *pengaruh financial capability* terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan produk KPR. Hal ini dikonfirmasi dengan diperoleh nilai koefisien sebesar 0.110 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Interaksi yang bernilai positif menunjukkan bahwa religiositas berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh *financial capability* terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi tingkat religiositas individu, maka semakin kuat pengaruh kemampuan finansial dalam mendorong keputusan penggunaan KPR.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada motivasi, *financial capability*, dan religiositas sebagai variabel moderasi, sementara keputusan pembelian dalam konteks KPR juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hal ini tercermin dari nilai koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain di luar model yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner memiliki keterbatasan karena bergantung pada persepsi dan kejujuran responden, sehingga memungkinkan adanya bias subjektivitas dalam pengisian

jawaban. Selain itu, sebagian data dikumpulkan secara online, yang berpotensi menimbulkan ketidakkonsistenan dalam pemahaman pertanyaan oleh responden.

3. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada 86 responden, sehingga belum sepenuhnya dapat merepresentasikan seluruh populasi nasabah KPR, khususnya pada lingkup yang lebih luas.

C. Implikasi

1. Bagi Teoritis

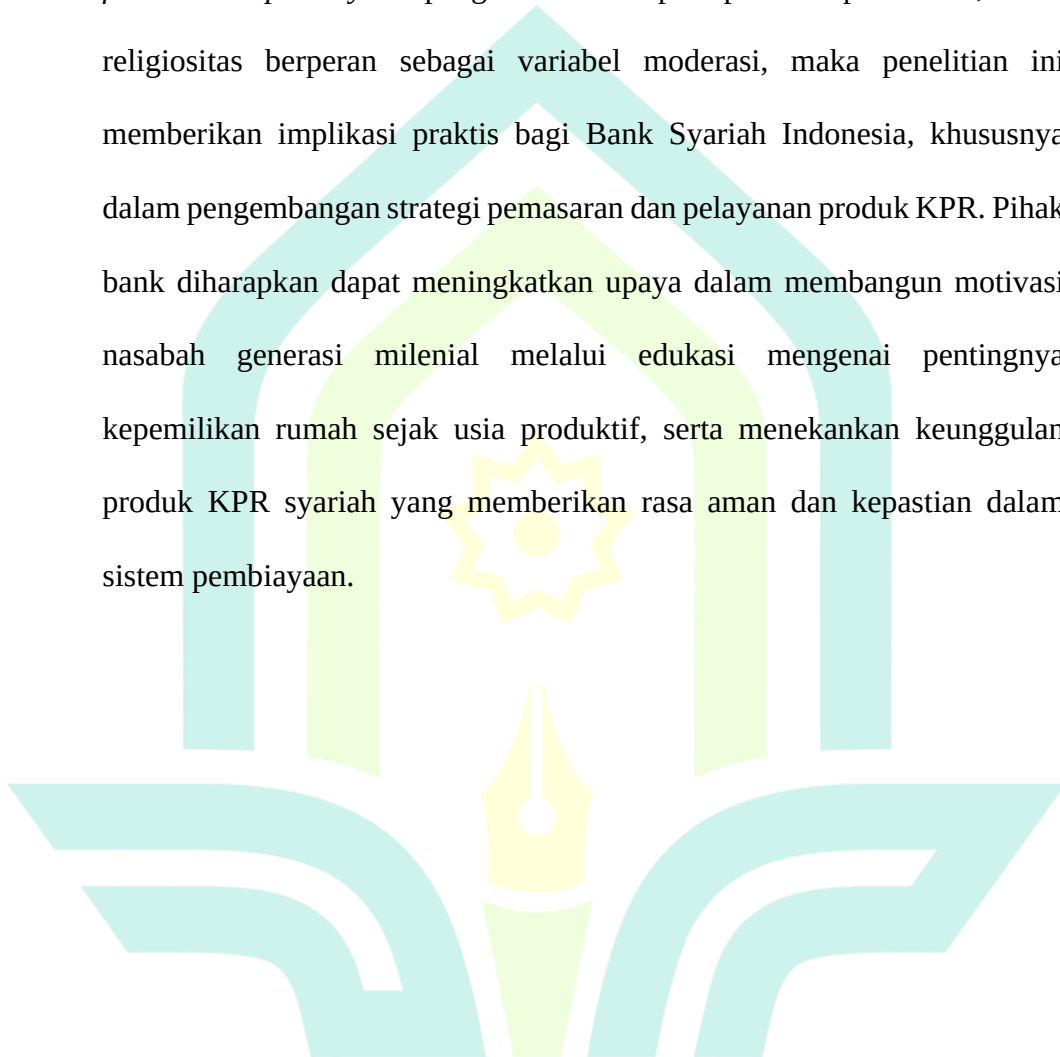
Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perilaku konsumen dan keuangan syariah, khususnya dengan mengkaji pengaruh motivasi dan *financial capability* terhadap keputusan pembelian dengan religiositas sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini mendukung konsep *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa perilaku individu dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk aspek psikologis dan kontrol perilaku.

Penelitian ini juga memperkaya literatur terkait peran religiositas dalam konteks keuangan syariah, dengan menunjukkan bahwa religiositas tidak hanya berperan sebagai variabel langsung, tetapi juga sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan keputusan pembelian. Temuan ini memberikan kontribusi empiris bahwa dalam konteks generasi milenial, keputusan

penggunaan produk KPR tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai keagamaan.

2. Bagi Praktisi

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa motivasi dan *financial capability* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta religiositas berperan sebagai variabel moderasi, maka penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi Bank Syariah Indonesia, khususnya dalam pengembangan strategi pemasaran dan pelayanan produk KPR. Pihak bank diharapkan dapat meningkatkan upaya dalam membangun motivasi nasabah generasi milenial melalui edukasi mengenai pentingnya kepemilikan rumah sejak usia produktif, serta menekankan keunggulan produk KPR syariah yang memberikan rasa aman dan kepastian dalam sistem pembiayaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Nasabah Menggunakan. *Journal Of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 107–132.
- Afifah, F., & Darmawan, A. (2023). Pengaruh Motivasi dan Religiositas terhadap Keputusan pembelian Pembelian Produk Perbankan Syariah pada Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2(10), 150–162.
- Afrianti, E. N., & Setiawan, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Pengetahuan, dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan pembelian Menggunakan Produk Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(2).
- Amalia, F., & Hasanah, U. (2024). Religiosity as Moderating Variable in Purchase Intention of Islamic Banking Products. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*.
- Amani, R., Rahardi, M., & Rachmawati, I. (2021). *Image : Jurnal Riset Manajemen Pendekatan Hierarki Kebutuhan Maslow pada Motivasi Pembelian Electric Vehicles di Indonesia*. 11(1), 13–27.
- Amri, M. A. (2019). “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Nasabah Bank OCBC NISP Medan Dalam Pemilihan KPR Konvensional dan Syariah;”(Twsis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 3019), 39. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.
- Arifin, D. Z., Aisyah, S., & Suwiyanti, R. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Nasabah Dalam Pemilihan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)*. 5(2), 92–100. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v5i2.1980>
- Aulia, M., Mursid, M. C., & Caniago, S. A. (2025). Analisis Pengaruh Pendapatan, Suku Bunga, Dan Jangka Waktu Pembayaran Kredit Terhadap Keputusan pembelian Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Kepemilikan Rumah (Kpr) Pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 5(1), 77–86.
- Bank Syariah Indonesia. (2024). *Annual Report 2024 PT Bank Syariah Indonesia*. 1–684. <https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2024-ID.pdf>
- Bank Syariah Indonesia. (2024). *BSI Genjot Bisnis Perumahan, Target 20.000 Unit Rumah Tahun Ini*. Bank Syariah Indonesia.

- Bank Syariah Indonesia. (2025). *Pembiayaan BSI Griya Tumbuh Positif, Tembus Rp 54,34 Triliun*. Bank Syariah Indonesia.
- bankbsi.co.id. (2024). *Program BSI Griya Si Muda – fitur untuk milenial, cicilan sesuai penghasilan, bebas biaya (Bebas Admin, DP Ringan, dst.)*.
- Batubara, M. (2022). Analisis Efektivitas Penyaluran Pembiayaan KPR Syariah Bersubsidi di Bank BTN KC Syariah Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2135–2142.
- BSI. (2023). Ekspansi Dana Selerasi Bisnis Untuk Pertumbuhan Berkelanjutan. *Laporan Tahunan BSI 2023*.
- Bunga Catur Adellia, D. A. F. (2024). Pengaruh Tingkat Margin, Citra Bank, Religiositas Terhadap Keputusan pembelian Nasabah Memilih Pembiayaan KPR Murabahah Pada BSI. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, Vol 5, No(2), h 3.
- Darma, B. (2019). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS. Guepedia.com.
- Delavega, E., Fletcher, K. L., & Hirschi, M. (2023). Building Financial Capability and Assets for All. *Social Work Education and the Grand Challenges: Approaches to Curricula and Field Education*, 277–292.
- Durrifa'i, A., & Octaviani, V. A. (2021). Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan pembelian Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Bni Griya. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 19(1), 54–60.
- Eileen, C., Ariesa, Y., Meliza, J., Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, S., & Medan, K. (2025). Pengaruh Financial Behavior, Financial Knowledge Dan Financial Capability Terhadap Financial Satisfaction (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Psikolog Universitas Prima Indonesia). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(4), 5641–5650.
- Fadilah, S., & Pratiwi, M. (2022). Analisis Pengaruh Literasi dan Kemampuan Keuangan Terhadap Keputusan pembelian Menggunakan KPR Syariah. *Jurnal Manajemen & Bisnis Islam*, 5(1), 45–60.
- Febriandika, N. R., Sanusi, M., Al Yanafi, Y., & Kusuma, D. G. (2024). Determinants of the millennial generation's intention to use Sharia home mortgages. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 11(1), 32–39.
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). 2(6), 790–800.

- Gani, B. K., Wahyuni, E. D., & Marthasari, G. I. (2020). Analisis Perilaku Penerimaan Penggunaan E-Filing Menggunakan Pendekatan Theory Of Planned Behavior (TPB) Dan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Repositor*, 2(1).
- Gabriel, F., & Linawati, N. (2020). Pengaruh Financial Capability, Money Attitudes, Dan Socioeconomic Status Terhadap Adverse Financial Events. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(1), 15–20.
- García-Santillán et al. (2025). Exploring the Relationship Between Financial Education, Financial Attitude, Financial Advice, Financial Knowledge: Insights Through Financial Capabilities and Financial Well-Being. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(3).
- Handayani, R., & Nugroho, A. (2021). The Role of Financial Capability on House Ownership Decision Among Millennials. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(9), 102–115.
- Hendri Wira, Andriani, W., & Sriyunianti, F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) BTN. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(1), 174–183.
- Juliana, R., & Putri, D. (2022). Keputusan pembelian nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah: Perspektif perilaku konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 14(3), 210–225.
- Kartawinata, B. R., Fakhri, M., Pradana, M., Hanifan, N. F., & Akbar, A. (2021). The Role Of Financial Self-Efficacy: Mediating Effects Of Financial Literacy & Financial Inclusion Of Students In West Java, Indonesia. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(Special Issue 2), 1–9.
- Kompas.com. (2023). *Karakteristik Konsumen Syariah di Wilayah Tapal Kuda dan Pantura*. Kompas.Com
- Kompas.com. (2024). *Ini Jawara Bank Penyalur KPR Terbesar Sepanjang 2024*. Kompas.Com.
- Kompas.com. (2024). *Pembiayaan Perumahan BSI Naik 8,63 Persen, Sasar Gen Z dan Milenial – fokus penyaluran ke milenial, plafon Rp500 jt–Rp5 miliar, aplikasi digital, fleksibilitas tenor*. Kompas.Com.
- Kontan.co.id. (2025). *Pembiayaan BSI Griya naik 8,63% menjadi Rp 58,03 triliun pada Kuartal II/ 2025*. Kontan.Co.Id.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Lestari, S., & Purwanegara, M. (2021). Consumer Motivation in Islamic Mortgage Decisions: Evidence from Indonesian Millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 3(12), 498–514.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Dinamik*, 14(2), 90–97.
- Liputan6.com. (2023). *Dukung Anak Muda Miliki Rumah, BSI Griya Simuda Tawarkan Cicilan hingga 30 Tahun – strategi menyasar segmen muda secara nasional*. Liputan6.Com.
- Mahmudi, I., & Permadi, D. (2024). Pembiayaan Pada KPR Syariah di BSI Perspektif Fiqih Mu'amalah Kontemporer. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 28–35.
- Maryam, Agusmadi, Marzuki, & Marlina. (2023). Pengaruh Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Btn Syariah Kota Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2779–2785.
- Muhammad, M., Sirat, A. H., & Hadady, E. H. (2023). The Effect of Islamic Financial Literacy on the Decision to Use Islamic Banking Services in the City of Ternate with Religion as a Moderating Variable. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 177–189
- Muharram, D. P., & Burhan, M. U. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Milenial Dalam Pembelian Kpr Syariah (Bsi Malang). *Islamic Economics and Finance in Focus*, 3(4), 677–696.
- Muyasaroh, N., & Bahita, S. S. (2024). Niat Berperilaku Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah Melalui Pendekatan Theory Of Planned Behavior. 7
- Nasution, R., & Fauzan, M. (2023). Gaya Hidup, Financial Literacy, dan Financial Capability Milenial: Pengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan pembelian Finansial. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(3), 200–212.
- Nisa, S. K. et al. (2024). TPB dengan religiositas sebagai moderator pada niat penggunaan bank syariah di Surakarta. *Proceedings UMS*.
- Nuryani, I., Kosim, A. M., & Yono, Y. (2022). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian 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.

- Pajar, S. (2019). *Pengaruh Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank DKI Syariah KCP Matraman*. 102. <https://repository.umj.ac.id/4632/>
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123–134
- Putri, B. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Citra Merek, dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Pembiayaan KPR Bank Syariah Indonesia. In *Suparyanto dan Rosad (2015)* (Vol. 5, Issue 3).
- Rahman, F., & Laily, N. (2021). Pengaruh Religiositas dalam Memoderasi Hubungan antara Financial Capability dan Keputusan pembelian Memilih Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 88–100.
- Ramadhani, F., Hasbi, S., & Rohim, A. N. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan KPR Syariah Di Jabodetabek. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 1139–1155.
- Rumah.com. (2024). *Property Market Report Q1 2024*. Rumah.Com
- Rusydi, M., & Zahrani, S. (2023). Minat Menggunakan Perbankan Syariah Di Palembang: Pendekatan Theory Of Reasoned Action. In *Journal of Economics and Business* (Vol. 1, Issue 1).
- Sajida, H. (2024). *Pengaruh Harga, Literasi Keuangan Syariah, Dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Kpr Btn Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Di Wilayah Jakarta Barat)*. 1–139.
- Sapi'i, S., & Setiawan, A. (2016). Pemilihan Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) Dengan Akad Murabahah (Studi kasus di Bank Muamalat Tbk Cabang Pembantu Samarinda Seberang). *Al-Tijary*, 2(1), 17–24.
- Sari, R., & Nurdin, A. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan KPR syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 120–133.
- Setyowati, N. A., & Nidar, S. R. (2023). Financial Capability and Its Impact on Home Ownership Decision. *Journal of Islamic Marketing*, 14(4), 1221–1239.

- Silva Roziannur, H., & Ulfah, S. (2023). Analisis Akad Murabahah Pada Produk Pembiayaan KPR BSI Griya Simuda. *Saqifah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2023, 8, 1–10.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58.
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta Bandung* (Vol. 11, Issue 1).
- Sulistyawati Yuni; Widodo Sugeng, B. N. (2023). Perbandingan Metode Pricing Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan kredit pemilikan rumah syariah (kprs). *Jebesh*, 1(01), 146–159.
- Suprpto, A., & Wijayanti, L. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Nasabah Menggunakan KPR Syariah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 78–90.
- Suryani, T., & Ningsih, S. (2020). Religiosity as Moderating Variable of Muslim Consumer Behavior in Selecting Islamic Banking Products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 625–639.
- Triyono. (2022). Teknik Sampling Dalam Penelitian Sosial. Lokakarya Penelitian Sosial Fakultas Adab IAIN Suka Yogyakarta, XI(March), 2–9.
- Warnain, R., & Azman, H. A. (2023). Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan pembelian Pembiayaan Pada Produk Syariah Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 478–490.
- Wijayanti, T. N., & Hidayat, F. (2020). Minat Generasi Milenial Terhadap Produk Pembiayaan KPR Bank Syariah. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 8(2), 170–180.
- Yan, eka (2026). Wawancara Pegawai BSI KC Pekalongan Pemuda
- Yusuf, H. A., & Muchlis, M. M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi, Motivasi dan Religiositas Terhadap Keputusan pembelian Milenial Menggunakan Produk KPR Syariah. *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 95–108.

Zahrani, S., & Marpina, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Fundamental Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Menjadi Nasabah Kpr Btn Ib Di Btn Syariah. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 1(3), 78–87.

