

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR

Jihan Nur Laili Nuzula¹, Peni Haryanti²

Universitas Hasyim Asy'ari

Jl. Irian Jaya No. 55 Tebuireng, Cukir, Kec. Diwek, Kab. Jombang

Abstract

The demand for houses increases very rapidly every year, largely due to the increase in population. There are several factors that influence the decision to purchase a mortgage, namely price, quality of service and product. The population in this research is BTN Syariah KCPS Jombang customers who purchased KPR between 2021-2022. The sample was determined using purposive sampling which obtained 76 respondents. Questionnaires were used to collect data and then used multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 22. Research findings showed that price and service quality partially influenced purchasing decisions. However, the product has no influence on purchasing decisions. Simultaneously, mortgage purchasing decisions are influenced by price, service and product quality. This research has strategic implications for BTN Syariah KCPS Jombang in improving the quality of services and products as well as affordable prices to increase mortgage purchasing decisions. This can help BTN Syariah KCPS Jombang increase market share and increase customer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Products and Purchase Decisions

Abstrak

Permintaan rumah setiap tahun meningkat sangat pesat yang sebagian besar disebabkan oleh peningkatan jumlah penduduk. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian KPR yaitu harga, kualitas layanan dan produk. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah BTN Syariah KCPS Jombang yang membeli KPR antara tahun 2021-2022. Penentuan sampel memakai purposive sampling yang memperoleh 76 responden. Kuesioner digunakan sebagai pengumpulan data kemudian memakai analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Temuan penelitian menunjukkan hasil bahwa harga dan kualitas layanan secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian. Namun, produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan keputusan pembelian KPR dipengaruhi oleh harga, kualitas layanan dan produk. Penelitian ini memiliki implikasi strategis bagi BTN Syariah KCPS Jombang dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk serta harga yang terjangkau untuk meningkatkan keputusan pembelian KPR. Hal ini dapat membantu BTN Syariah KCPS Jombang meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Produk dan Keputusan Pembelian

Copyright (c) 2024 Jihan Nur Laili Nuzula¹, Peni Haryanti²

✉ Corresponding author : Jihan Nur Laili Nuzula

Email Address : jihannurlaili02@gmail.com

PENDAHULUAN

Permintaan rumah setiap tahun meningkat sangat pesat yang sebagian besar disebabkan oleh peningkatan jumlah penduduk (Sopingi et al., 2023). Permintaan terhadap real estate khususnya rumah tidak berhenti sebagai kebutuhan pokok dalam membangun kehidupan bermasyarakat. Namun, masih terdapat ketidaksesuaian antara permintaan perumahan dan ketersediannya. (Wijayanti & Hidayat, 2020) Oleh karena itu, perlu memperhatikan beberapa aspek penyelesaian masalah terkait perumahan di Indonesia, termasuk peran perbankan.

Perumahan dapat dikatakan sebagai elemen fundamental atau kunci kehidupan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. (Lesmana et al., 2021) Bank syariah memiliki peran penting dalam membangun perekonomian negara Indonesia. (Afifah & Haryanti, 2021) Menyadari hal tersebut, perbankan Indonesia telah memberikan inovasi agar masyarakat dapat memiliki rumah idaman melalui KPR. (Seniorita et al., 2023) KPR menjadi produk bank yang dipakai oleh masyarakat untuk membeli rumah dengan cara kredit. (Firman, 2022)

BTN Syariah adalah salah satu bank yang menawarkan kemudahan kepada nasabahnya sehingga menjadikannya pemimpin di sektor pembiayaan perumahan berbasis syariah. (Lestari et al., 2023) Adanya KPR syariah tentu membawa kenyamanan setiap masyarakat yang memperhatikan pelarangan penggunaan riba dalam setiap transaksi (Sunarta et al., 2023). BTN Syariah juga masuk dalam 10 besar bank syariah terbaik di Indonesia tahun 2022. (Utari et al., 2022) Dalam operasionalnya, BTN Syariah harus memperhatikan berbagai aspek yang dirasakan nasabah sebelum memutuskan menggunakan KPR. (Novitasari & Hidayati, 2020)

Ketika seorang nasabah mengungkapkan masalah atau kebutuhan akan produk yang diinginkan, maka proses pembelian dimulai (Samosir et al., 2020). Untuk menarik minat nasabah dalam mengambil keputusan pembelian KPR, diperlukan informasi yang transparan dan terbuka agar kita dapat mengkomunikasikan harga, kualitas layanan serta produk yang ditawarkan BTN Syariah dengan baik (Lilis Muhliso, 2020). Prosedur ataupun langkah pengambilan pada keputusan konsumen dipengaruhi faktor-faktor yang dijelaskan dalam Q.S. Al-Furqon: 67. (Terjemahannya, 2015) Islam mengajarkan kita bahwa manusia mampu bersikap baik dan mandiri dalam memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Manusia harus mengidentifikasi dan mengatasi keinginannya untuk berkontribusi dan tidak merugikan kesejahteraan bagi kehidupan di dunia dan akhirat.

Harga dapat digunakan sebagai indikator nilai jika terkait dengan persepsi penggunaan dari suatu bentuk produk maupun jasa yang ada (Setiawan & Frianto, 2021). Pelanggan cenderung membeli suatu produk apabila nilai harga yang ditawarkan oleh seorang pemasar sesuai dengan kualitas barang dan daya belinya (Sakdiyah et al., 2021). Jika harga KPR BTN Syariah kompetitif dan memenuhi kebutuhan seluruh masyarakat, hal ini dapat berdampak pada hasil akhir keputusan dari pelanggan atau konsumen dalam memanfaatkan produk atau layanan tersebut guna memenuhi kebutuhan nasabah (Amelisa, 2020). Menurut Septiani & Prambudi (2021), harga adalah penetapan sejumlah uang sebagai harga dasar terhadap barang atau jasa yang dibeli, ditetapkan dengan adil dan tidak memihak untuk sebagai alat untuk melemahkan negoisasi.

Kualitas layanan mengacu pada evaluasi layanan yang diinginkan oleh nasabah. Diharapkan kualitas layanan mampu menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah (Asral & Sellina, 2023). Sebagai nasabah, mereka selalu mengharapkan pelayanan prima yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Chorniawan et al., 2019). Menurut (Farida & Mahfud, 2021) kualitas layanan adalah sebuah tindakan atau kegiatan yang dilakukan dari pada suatu organisasi terhadap organisasi lain dan dapat memberikan arau menghasilkan suatu pelayanan dan memenuhi kebutuhan nasabah.

Produk yang sesuai dengan harapan akan memberikan stimulus kepada nasabah sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk membeli. (Setyawati et al., 2022) Manfaat yang lebih banyak ditawarkan suatu produk akan meningkatkan minat konsumen untuk membelinya. (Nafisah & Santoso, 2022)

BTN syariah KCPS Jombang merupakan salah satu cabang bank BUMN yang berdaya saing dalam menghadapi dinamisnya perkembangan sektor perbankan syariah di kota Jombang. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan di BTN syariah KCPS Jombang, diketahui bahwa meskipun permintaan perumahan meningkat dalam dua tahun terakhir, realisasi yang diajukan oleh nasabah belum dapat memenuhi sepenuhnya. Pada tahun 2021, permintaan mencapai 220 unit, tetapi hanya terwujud sebesar 65%. Namun pada tahun 2022, permintaan mengalami peningkatan sebesar 280 unit akan tetapi realisasinya hanya sebesar 60%. Meningkatnya jumlah permintaan tersebut tidak seimbang dengan jumlah realisasinya. Hal itu menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan KPR mengalami penurunan. Berikut tabel jumlah permintaan dan realisasi KPR pada BTN syariah KCPS Jombang yaitu:

Tabel 1 Data Nasabah

Tahun	Permintaan KPR	Realisasi
2021	220	65%
2022	280	60%

Sumber: Data yang dikumpulkan peneliti, 2024

Kondisi ini menimbulkan minat peneliti untuk mempelajari lebih lanjut tentang KPR karena rumah bukan hanya kebutuhan masyarakat sebagai tempat tinggal tetapi juga sebagai investasi jangka panjang. Keberadaan rumah dijadikan sebagai tolak ukur kesejahteraan manusia. Dalam rangka menggali lebih lanjut, peneliti melakukan studi serupa dengan penelitian sebelumnya. Namun, kali ini peneliti memfokuskan pada objek dan beberapa variabel yang berbeda dari penelitian sebelumnya tujuannya adalah membantu sector perbankan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Peneliti memilih BTN syariah KCPS Jombang sebagai subjek penelitian karena memenuhi kriteria dan dapat berperan sebagai responden.

Penelitian ini menyurvei nasabah KPR pada BTN syariah KCPS Jombang. Hal tersebut dikarenakan responden diharuskan sudah melakukan pembiayaan KPR di tahun 2021 sampai 2022, paham terkait harga yang ditawarkan, kualitas layanan yang diberikan, dan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah. Oleh karena itu, nasabah KPR pada BTN syariah KCPS Jombang memenuhi kriteria dan dapat menjadi responden penelitian.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif, dengan jenis asosiatif kausal. Penelitian ini berfokus pada analisis harga, kualitas layanan dan produk terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN Syariah KCPS Jombang. Populasi penelitian ini yaitu nasabah BTN Syariah KCPS Jombang yang melakukan pembelian KPR pada tahun 2021-2022 yang berjumlah 311. Sampel yang terdapat pada penelitian ini berjumlah 76 nasabah melalui *purposive sampling* dengan memakai rumus slovin. Pemilihan sampel menggunakan kriteria tertentu, kemudian pengumpulan data melalui kuesioner (Sugiyono, 2022). Analisis data melibatkan teknik-teknik seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Data dianalisis memakai SPSS versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas yaitu alat penentu apakah suatu hipotesis dinyatakan benar atau salah. Pertanyaan yang baik dapat dinyatakan jika pertanyaan yang diajukan diarahkan pada apa yang jelas ditanyakan.

Tabel 2 Uji Validitas

Variabel	No. Indikator	R Hitung	R Tabel
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,848	0,226
	Y.2	0,842	0,226
	Y.3	0,726	0,226
	Y.4	0,853	0,226
	Y.5	0,865	0,226
Harga (X1)	X1.1	0,818	0,226
	X1.2	0,844	0,226
	X1.3	0,786	0,226
	X1.4	0,839	0,226
	X1.5	0,845	0,226
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,822	0,226
	X2.2	0,832	0,226
	X2.3	0,814	0,226
	X2.4	0,857	0,226
	X2.5	0,816	0,226
Produk (X3)	X3.1	0,652	0,226
	X3.2	0,725	0,226
	X3.3	0,770	0,226
	X3.4	0,707	0,226
	X3.5	0,722	0,226

Sumber: Data yang dikumpulkan peneliti, 2024

Pengukuran signifikansi memenuhi aturan r tabel pada tingkat 0,05. Jumlah kuesioner disebarkan sebanyak 20 item dan memakai rumus $df = n-2 = 76-2 = 74$, oleh karena itu, r tabelnya 0,226. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach Alpha
1.	<i>Harga</i>	0,884
2.	<i>Kualitas Layanan</i>	0,884
3.	<i>Produk</i>	0,759
4.	Keputusan Pembelian	0,885

Sumber: Data yang dikumpulkan peneliti, 2024

Hasil tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh nilai yang dihasilkan diatas 0.70, disimpulkan bahwa seluruh kuesioner dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik
a. Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.95725552
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.064
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data yang dikumpulkan peneliti, 2024

Hasil tabel 4 menunjukkan bahwa dalam model regresi, asumsi normalitas terpenuhi berdasarkan pada nilai probabilitas yang menghasilkan $0,200 > 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.446	1.098		-.406	.686		
	Harga (X1)	.491	.093	.485	5.293	.000	.129	7.778
	Kualitas_Layanan (X2)	.501	.094	.489	5.309	.000	.127	7.847
	Produk (X3)	.039	.042	.031	.920	.361	.973	1.028

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

Sumber: Data oleh peneliti, 2024

Hasil tabel 5, uji multikolinieritas menghasilkan tolerance $> 0,10$ dengan VIF < 10 . Dilihat dari variabel harga, kualitas layanan dan produk tidak mengalami multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.452	.629		2.308	.024
	Harga (X1)	-.033	.053	-.198	-.613	.541
	Kualitas Layanan (X2)	-.001	.054	-.004	-.013	.989
	Produk (X3)	.001	.024	.005	.040	.969

a. Dependent Variable: ABS_Res1

Sumber: Data yang dikumpulkan peneliti, 2024

Hasil output tabel 6 menghasilkan nilai uji glejser tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal ini didasarkan pada variabel harga, kualitas layanan dan produk bernilai lebih dari 0,05. Jadi, asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda memiliki tujuan memodelkan hubungan linier antara beberapa variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.446	1.098		-.406	.686
	Harga (X1)	.491	.093	.485	5.293	.000
	Kualitas_Layanan (X2)	.501	.094	.489	5.309	.000
	Produk (X3)	.039	.042	.031	.920	.361

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

Sumber: Data yang dikumpulkan peneliti, 2024

Dalam penelitian ini, yang dihasilkan pada tabel 7 adalah:

$$Y = -0,446 + 0,491 (X1) + 0,501 (X2) + 0,039 (X3) + e$$

Dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta -0,446 menunjukkan jika variabel harga, kualitas layanan dan produk sama dengan 0 maka keputusan pembelian memiliki nilai -0,446.
2. Dapat disimpulkan dari koefisien harga sebesar 0,491, bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian. Setiap kenaikan harga satuan, mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sekitar 0,491 kali.
3. Dapat disimpulkan dari koefisien kualitas layanan sebesar 0,501, bahwa kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian. Setiap kenaikan kualitas layanan satuan, mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sekitar 0,501 kali.
4. Dapat disimpulkan dari koefisien produk sebesar 0,039, bahwa produk mempengaruhi keputusan pembelian. Setiap kenaikan produk satuan, mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sekitar 0,039 kali.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 7, menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Harga bernilai $0,000 < 0,05$. Jika t hitung $5,293 > t$ tabel $1,992$. Menunjukkan hasil harga mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Kualitas Layanan bernilai $0,000 < 0,05$. Jika t hitung $5,309 > t$ tabel $1,992$. Menunjukkan hasil kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Produk bernilai $0,361 > 0,05$. Jika t hitung $0,920 < t$ tabel $1,988$. Menunjukkan hasil produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Uji F

Tabel 8 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	815.209	3	271.736	284.684	.000 ^b
	Residual	68.725	72	.955		
	Total	883.934	75			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Produk (X3), Harga (X1), Kualitas_Layanan (X2)

Sumber: Data yang dikumpulkan peneliti, 2024

Tabel 8 menghasilkan nilai $0,000 < 0,05$. Dilihat berdasarkan f hitung senilai $284,684 > f$ tabel $2,73$. Oleh karena itu, H_a diterima dan menunjukkan hasil variabel bebas mempengaruhi terhadap variabel terikat secara simultan.

Uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 ^a	.922	.919	.977

a. Predictors: (Constant), Produk (X3), Harga (X1), Kualitas_Layanan (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

Sumber: Data yang dikumpulkan peneliti, 2024

Dari tabel 9, menghasilkan nilai hasil koefisien determinasi sebesar $0,919$. Hasil diatas menunjukkan sebesar $91,9\%$ keputusan pembelian dijelaskan dijelaskan oleh harga, kualitas layanan dan produk dan $8,1\%$ sisanya dipengaruhi variabel lain.

KESIMPULAN

Menurut hasil kajian dan analisis diatas peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Harga mempengaruhi keputusan pembelian secara parsial. Harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi setiap tahap dalam proses pembelian rumah, mulai dari pemeriksaan awal hingga keputusan akhir.
2. Kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian secara parsial. Karena sebagai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara parsial. Ini berarti konsumen semakin mencari produk yang dibutuhkan dan sesuai kemampuan finansial mereka.
4. Secara simultan harga, kualitas layanan dan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN Syariah KCPS Jombang. Hal ini didasarkan pada hasil uji $F_{284,684} > f_{tabel\ 2,73}$ dan $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Haryanti, P. (2021). Hakikat Peran Intermediasi Bank Syariah Bagi Masyarakat Pada PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, 2(3), 160–173.
- Amelisa, Y. (2020). Pengaruh harga perumahan, lokasi perumahan, dan Pendapatan terhadap Keputusan Nasabah melakukan pembiayaan KPR ib griya (Studi Kasus Nasabah Pt. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Simpang Kayu Besar).
- Asral, & Sellina, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Subsidi (Studi Empiris Pada PT. Sarana Bumi Sentosa di Kabupaten Bekasi). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 321–335. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.5245>
- Chorniawan, E. F., Sudarwanto, T., & Santoso, R. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang. *Jurnal Geo Ekonomi*, 10(September), 7–8. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi>
- Farida, B. S., & Mahfud, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2).
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>
- Lesmana, M., Suminto, A., & Rosmitha, S. N. (2021). Pembiayaan Property Indent (Kpr Syariah) Ditinjau Dari Maqashid Syariah Dan Qawaidul Fiqhiyyah. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 04(02), 1260–1279. <https://doi.org/doi.org/10.21111/jiep.v4i03.6576>
- Lestari, N. T., Hendra, & Annisa, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (Kpr) Di Bank Btn Syariah Kantor Cabang Medan. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 1(1), 471–477.
- Lilis Muhlisoh, dkk. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan. *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 130–143.
- Nafisah, L., & Santoso, R. P. (2022). Pengaruh E-commerce, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari yang Belanja Online di Shopee). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(1), 76–83. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i1.5647>
- Novitasari, Q. D., & Hidayati, R. A. (2020). Jurnal Mahasiswa Manajemen, Volume 01 Nomor 01 Tahun 2020. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 01(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30587/mahasiswamanajemen.v1i01.1229>
- Sakdiyah, M., Frianto, A., & Ningsih, L. S. R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Onlineshop Pusathijabsyaree Surabaya). *BIMA : Journal of Business and Innovation*

- Management*, 3(2), 226–244. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i2.5484>
- Samosir, O. I., Tarihoran, A. M., Leonardo, J., Gowasa, I., & Harahap, R. A. (2020). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian rumah pada pt. Romeby kasih abadi (developer perumahan bersubsidi). *Tijarah*, 1(19), 143–151.
- Seniorita, Ridwan, Ratna, & Ilyas. (2023). The Influence Public Interest in BTN Home Ownership Credit (KPR) Financing Seniorita. *International Journal of Business and Quality Research*, 01(03), 75–87.
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Journal of Management (SME)*, 14(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4747>
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.5493>
- Setyawati, R., Suhartono, & Asmoro, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Real Property Melalui Digital Marketing Sebagai Variabel Intervening Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(1), 68–84. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.402>
- Sopingi, I., Ratnasari, R. T., & Mawardi, I. (2023). Analisis Implementasi Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah Bersubsidi Berdasarkan Konsep Masalah Melalui Kementerian Perumahan Rakyat (KEMENPERA), pemerintah Kredit Pemilikan Rumah bersubsidi, peran bank BTN sangat dominan dengan BP2BT (Fasilitas Likuid. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 15, 17–33. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i2.3267>
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarta, D. A., Catherine, S., Dylan, M., & Alon, F. (2023). Realisasi Pembiayaan Perumahan Subsidi Pada Pelayanan Syariah Desy. *Jurnal Markcount Finance*, 1(2), 95–102. <https://doi.org/doi.org/10.55849/Scientechno.v1i1.1>
- Terjemahannya, A.-Q. dan. (2015). *Al-Quran*. Insan Media Pustaka.
- Utari, Kuta, Septiyana, Yeni, Asnaini, Asnaini, Elwardah, & Khairiah. (2022). Efisiensi Keputusan Merger Tiga Bank Syariah di Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi di BSI Kc Bengkulu Panorama). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10.
- Wijayanti, T. N., & Hidayat, F. (2020). Minat Generasi Milenial Terhadap Produk Pembiayaan KPR Syariah. *Jurnal Pendidikan*, VIII(2), 170–180. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>

