

Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Sukaramai

Ayunda Khoiriyah^{1*}, Marliyah²
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{1,2}

Ayundakhoiriyah02@gmail.com*, marliyah@uinsu.ac.id

***Correspondence: Ayundakhoiriyah02@gmail.com * <https://journal.aira.or.id/mumtaz> |**
Submission Received : 10-08-2024; Revised : 21-08-2024; Accepted : 30-08-2024;
Published : 31-08-2024

Abstract

The purpose of this study is to ascertain how product knowledge, income, and religion affect the desire to apply for Sharia KPR at BSI Kcp Medan Sukaramai. A quantitative approach is taken in this investigation. Customers of KPR Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Sukaramai made up the study's population. Ninety individuals were sampled using the Saturated Sampling sampling technique. Questionnaires and interviews were employed as data gathering strategies. Descriptive statistical analysis, validity testing, reliability testing, normality testing, heteroscedasticity testing, multicollinearity testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing were the methods employed for data analysis. There were no variables that deviated from the traditional assumption test guidelines according to the findings of the multicollinearity, heteroscedasticity, and normality tests. Based on the partial test (t) results, the religiosity variable significantly influences applicants' interest in applying for Sharia KPR at BSI Kcp Medan Sukaramai. On the other hand, the income variable has no significant impact on applicants' interest in applying for Sharia KPR at BSI Kcp Medan Sukaramai, while the product knowledge variable has an impact. The simultaneous test (f) results indicate that the interest in applying for Sharia KPR at BSI Kcp Medan Sukaramai is positively and significantly influenced by the factors of income, product knowledge, and religion taken together.

Keywords: *Income, Interest, KPR, Product Knowledge, Religiosity*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, pendapatan, dan agama terhadap minat mengajukan KPR Syariah di BSI Kcp Medan Sukaramai. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Populasi penelitian adalah nasabah KPR Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Sukaramai. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling Jenuh Sampling. Strategi pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan uji normalitas, tidak ditemukan variabel yang menyimpang dari pedoman uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil uji parsial (t), variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat pemohon mengajukan KPR Syariah di BSI Kcp Medan Sukaramai. Di sisi lain, variabel pendapatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pemohon untuk mengajukan KPR Syariah di BSI Kcp Medan Sukaramai, sedangkan variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh. Hasil uji simultan (f) menunjukkan bahwa minat mengajukan KPR Syariah di BSI Kcp Medan Sukaramai dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor pendapatan, pengetahuan produk, dan agama secara bersama-sama.

Kata Kunci: KPR, Minat, Pendapatan, Pengetahuan Produk, Religiusitas

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, perbankan sangat penting bagi perekonomian masyarakat dan sektor industri besar, menengah, dan kecil di negara ini. Karena bank menyediakan tempat bagi masyarakat untuk menyimpan uang dan memperkuat modal, mereka dianggap sebagai tulang punggung sistem keuangan negara. Tugasnya adalah menghimpun uang untuk kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat yang kurang mampu. Dengan memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan rasa aman serta nyaman dalam bertransaksi, bank syariah menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan perbankan (Widyastuti, 2019). Transaksi keuangan dengan bank syariah tidak mengandung unsur bunga (riba) maupun ketidakpastian (gharar) (Abdullahi dan Shahrudin, 2016).

Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 memberikan gambaran umum tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, termasuk rincian kelembagaan, operasi komersial, dan metode pelaksanaan kegiatan usaha. Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah adalah dua jenis Bank Syariah sebagaimana didefinisikan oleh Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Pasal 1, Ayat 7. Bank syariah dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang melakukan bisnis sesuai dengan Al-Qur'an dan hadis Nabi SAW. Menurut Sumar'in (2012), bank syariah adalah entitas keuangan yang mengutamakan pemberian pembiayaan dan layanan lainnya untuk kegiatan pembayaran dan distribusi yang mematuhi aturan syariah Islam. Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan Fatwa No. 1 Tahun 2004 tentang Hukum Bunga Bank yang menyatakan bahwa bunga bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, dan lembaga keuangan lainnya haram hukumnya. Salah satu hal yang mendorong pertumbuhan

bank syariah di Indonesia adalah Fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 tentang Pengharaman Bunga di Lembaga Keuangan (mui.or.id). Besarnya potensi lembaga keuangan syariah inilah yang mendorong berbagai pihak untuk mendirikan bank syariah. Sebagaimana yang dijelaskan dalam narasi berikut, upaya Indonesia untuk membangun bank syariah sejauh ini telah membuahkan hasil yang cukup positif.

Tabel 1. Perkembangan Perbankan Syariah

Indikator	2016	2017	2018	2019	2020
Bank Umum Syariah (BUS)	13	13	14	14	14
- Jumlah Bank	1.869	1.825	1.875	1.895	1.992
- Jumlah Kantor					
Unit Usaha Syariah (UUS)	21	21	20	20	20
- Jumlah Bank Umum yang memiliki Unit Usaha Syariah	332	344	354	340	384
- Jumlah Kantor Unit Usaha Syariah					
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	166	167	167	165	164
- Jumlah Bank	453	441	495	526	618
- Jumlah Kantor					

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Januari 2020

Berdasarkan data, industri perbankan syariah di Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya. Hingga Januari 2020, terdapat 164 bank pembiayaan rakyat syariah, 20 unit usaha syariah, dan 14 bank umum syariah. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, yang seharusnya memiliki potensi pasar yang cukup besar, namun jumlah tersebut masih relatif kecil jika dibandingkan dengan pangsa pasarnya. Untuk mendorong lebih banyak masyarakat menabung di bank syariah, perlu dilakukan penguatan sektor perbankan syariah di Indonesia, yang diharapkan dapat mempercepat perluasan bank syariah dan meningkatkan kesadaran masyarakat.

Menurut penelitian Suliyanto dan Jati yang dirujuk oleh Mulazid dan Putri (2018), industri perbankan syariah sangat kompetitif, yang mengharuskan para pelakunya memiliki aset yang besar, pangsa pasar yang besar, dan kapasitas untuk mendorong perekonomian lokal dengan menawarkan pinjaman yang mudah diperoleh oleh kelas menengah ke bawah. Diperkirakan bahwa bank dengan tingkat efisiensi yang tinggi akan menghasilkan laba, memberikan kredit, dan menawarkan layanan yang lebih berkualitas kepada nasabahnya. Ketika dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat, sumber daya yang lebih sedikit, dan harapan yang lebih tinggi terhadap kepuasan nasabah, efisiensi perbankan menjadi sangat penting (Lestari & Mulazid, 2018).

Nasabah dapat memperoleh kredit untuk membeli rumah melalui layanan perbankan KPR (Kredit Pemilikan Rumah). KPR diciptakan untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan kepemilikan rumah tanpa mengharuskan mereka memiliki lebih banyak pendapatan yang dapat dibelanjakan. Perbankan syariah menawarkan produk KPR yang berbeda dari KPR perbankan konvensional karena didasarkan pada prinsip syariah, sedangkan perbankan tradisional berbasis bunga.

Contoh prinsip ini termasuk bagi hasil dan transaksi komoditas. Kontrak seperti murabahah, ijarah muntahiyah bittamlik, dan musyarakah mutanaqisah umumnya digunakan dalam KPR syariah. Meskipun demikian, banyak orang masih percaya bahwa barang KPR Syariah dapat dipertukarkan dengan KPR tradisional (Mohammad, 2014).

Salah satu manfaat hipotek Syariah adalah, tidak seperti hipotek tradisional, hipotek ini memiliki cicilan tetap yang tidak terpengaruh oleh perubahan suku bunga hingga berakhirnya jangka waktu pinjaman. Karena hipotek Syariah memudahkan penyiapan dana untuk memiliki properti impian, hipotek ini cocok bagi pekerja dengan pendapatan tetap. Hipotek konvensional didasarkan pada transaksi uang, sedangkan hipotek Syariah didasarkan pada transaksi barang. Ini adalah perbedaan utama antara kedua jenis hipotek tersebut (Ullyana et al., 2016).

Setiap tahun, permintaan masyarakat terhadap KPR terus meningkat. Data Statistik Perbankan Indonesia (SPI) OJK menunjukkan hingga Januari 2021, pembiayaan kepemilikan rumah telah mencapai Rp39,51 triliun. Total pembiayaan tersebut, yakni Rp31,39 triliun, berasal dari bank syariah BUKU 3 dan Rp8,12 triliun dari bank syariah BUKU 2. Jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu, pertumbuhan pembiayaan tumbuh 13,84 persen pada bulan pertama atau tumbuh 0,55 persen dari Desember 2020.

Pada tahun 2022, PT Bank Syariah Indonesia (BSI) berharap dapat melihat pertumbuhan penyaluran KPR sekitar 10%. Dengan pangsa sekitar 46% dari seluruh pembiayaan konsumen yang mencapai Rp89 triliun per Maret 2022, KPR memegang peranan besar dalam pembiayaan konsumen BSI. Total pembiayaan KPR yang disalurkan BSI hingga Mei 2022 sebesar Rp6,051 triliun atau meningkat 12,83 persen. Selanjutnya, melalui penyaluran KPR FLPP, BSI menyediakan KPR bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah, yang diantisipasi akan meningkat lebih dari 50% pada tahun 2022. BSI tumbuh pesat hingga kini menduduki peringkat kelima di antara bank-bank terbesar di Indonesia untuk pembiayaan KPR. KPR syariah akan terus berkembang jika minat dan pemahaman masyarakat umum terhadap keduanya terus meningkat.

Seseorang yang termotivasi untuk menjalani hidupnya sesuai dengan tingkat ketaatan beragama dikatakan religius. Agama mencakup tindakan internal dan eksternal yang berkaitan dengan setiap aspek kehidupan (Ancok & Suroso, 2005). Menurut Christopher Pass dan Bryan Lowes (1994), pendapatan adalah jumlah uang yang diterima individu dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba, dan tunjangan seperti pensiun dan pengangguran. Menurut Syah dalam Bari'ah (2008), minat dicirikan sebagai keinginan yang kuat terhadap sesuatu yang didorong oleh unsur-unsur internal seperti motivasi, keinginan, rasa ingin tahu, dan fokus. Pengetahuan produk adalah kompilasi rincian tentang suatu produk, seperti harga, kualitas, merek, kategori, dan keyakinannya (Ujang, 2011).

2. KAJIAN TEORI

a. Minat

Minat, bersama dengan sentimen suka, menggambarkan kecenderungan seseorang untuk bertindak dan memperhatikan situasi, orang, atau aktivitas yang membangkitkan minat mereka (Nasution & Aslami, 2021). Menurut Hurlock (1990), minat berkembang melalui pengalaman atau pendidikan. Ada dua komponen utama minat: (1) Komponen kognitif, yang berkaitan dengan

ide-ide yang dibentuk individu dalam bidang minat. Pengalaman dan pelajaran dari lingkungan sekitar membantu membangun gagasan kognitif ini. (2) Komponen afektif, yang membentuk dan mengartikulasikan perspektif seseorang terhadap hal-hal atau aktivitas yang memicu rasa ingin tahu (Kambuaya, 2015).

Religiusitas, pendapatan, dan keahlian produk merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi minat. Yusnidar dkk. (2014) mengutip pernyataan Ferdinand yang menyebutkan bahwa ada empat tanda yang dapat digunakan untuk mengkarakterisasi minat. Pertama, kecenderungan seseorang untuk membeli sesuatu dikenal sebagai minat transaksional. Faktor kedua adalah minat referensial, atau kecenderungan individu untuk menyarankan suatu produk kepada orang lain. Jenis minat ketiga adalah minat preferensial, yaitu minat yang mewakili tindakan individu yang preferensi utamanya adalah pada suatu produk tertentu. Pilihan ini tidak akan berubah kecuali produk itu sendiri berubah. Keempat, minat yang menunjukkan tindakan seseorang yang secara aktif mencari pengetahuan tentang suatu produk yang diminati dan berupaya untuk meningkatkan keunggulannya dikenal sebagai minat eksploratif.

b. Religiusitas

Kata "religion" dalam bahasa Inggris berarti agama, dan kata ini telah berevolusi menjadi "religiositas," yang merupakan frasa untuk kesalehan atau agama. Kepercayaan kepada Tuhan dan kekuatan yang lebih tinggi dari diri kita disebut sebagai keyakinan agama. Komitmen seseorang terhadap agama dan kesalehan ditunjukkan dalam keyakinan agamanya. Agama adalah sistem dan praktik gagasan tentang masalah-masalah suci, yaitu keyakinan bahwa ada kekuatan supranatural (Tuhan) yang mengatur semua aspek kehidupan manusia (Bryan, 2012).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keyakinan beragama, menurut Robert H. Thouless dalam Sururin (2004), meliputi: faktor sosial, pengalaman pribadi atau kelompok agama, dan kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi sepenuhnya, yang mengarah pada kebutuhan akan kepuasan religius. Menurut Glock & Stark dalam Ancok (2008), dimensi religiusitas yang diukur dalam penelitian ini mencakup keyakinan atau ideologi, praktik keagamaan atau ritual, pengalaman atau dimensi eksperimental, agama sebagai bidang ilmu, dan dimensi konsekuensi.

c. Pendapatan

Dalam Kamus Ekonomi, pendapatan (income) didefinisikan sebagai uang yang diterima oleh seseorang dari berbagai sumber, seperti gaji, upah, sewa, bunga, laba, dan lainnya, termasuk tunjangan pengangguran, pensiun, dan sejenisnya (Christopher Pass dan Bryan Lowes, 1994). Hal senada juga dijelaskan dalam Webster's Dictionary, yang menyebutkan bahwa earnings adalah uang yang diperoleh melalui kerja, pelayanan, gaji, upah, dan sebagainya (Jean L. McKechnie, 1979). Dengan kata lain, pendapatan mencakup uang yang dihasilkan dari aktivitas kerja, layanan, gaji, dan upah. Secara umum, pendapatan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori (Suparmoko, 2000): gaji dan upah, pendapatan dari usaha sendiri, dan pendapatan dari usaha lain.

d. Pengetahuan Produk

Pengetahuan merujuk pada segala sesuatu yang terkait dengan informasi atau pemahaman tentang suatu hal (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Menurut Soekidjo Notoatmodjo (2007), pengetahuan atau kognisi adalah aspek penting yang mempengaruhi perilaku manusia, dengan perilaku berbasis pengetahuan cenderung bertahan lebih lama dibandingkan perilaku yang tidak berbasis pengetahuan. Pengetahuan diperoleh dari pengalaman, seperti mengingat kejadian yang dialami setelah seseorang berinteraksi dengan atau mengamati sesuatu (Mubarak, 2007). Ujang (2011) mendefinisikan pengetahuan produk sebagai kumpulan informasi mengenai produk, termasuk kategori produk, merek, istilah, atribut atau fungsi, harga, dan keyakinan terkait produk.

Kategori produk mencakup pengetahuan yang luas tentang berbagai bentuk, merek, atau model produk. Sumarwan (2011) membagi pengetahuan produk menjadi tiga jenis: pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen (Syamsul, 2014). Kussujaniatun & Wisnalmawati (2011) mengidentifikasi beberapa indikator pengetahuan produk, yaitu wawasan tentang kualitas, keamanan, kandungan produk, dan penyampaian informasi terkait produk.

e. Kredit Pemilikan Rumah Syariah

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah produk perbankan yang dirancang untuk membantu masyarakat dalam memperoleh rumah baru atau bekas. KPR mempermudah masyarakat dalam memiliki aset yang sesuai dengan pendapatan mereka. Dengan semakin banyak lembaga perbankan syariah yang menawarkan berbagai produk KPR Syariah dengan berbagai keunggulan, pertumbuhan produk ini mulai menyebar di sektor perbankan syariah. Banyak lembaga perbankan syariah yang kini menjadikan KPR Syariah sebagai produk utama atau unggulan mereka (Sapi'i & Setiawan, 2016).

Dalam perbankan syariah, terdapat sistem murabahah yang berbasis margin dan musyarakah mutanaqisah yang menonjolkan partisipasi kepemilikan. KPR Syariah juga bisa menggunakan akad murabahah, yaitu sistem jual beli dengan pembayaran secara cicilan. Dalam praktiknya, konsep murabahah di perbankan syariah mengacu pada perdagangan berbasis jual beli dengan metode pembayaran yang dilakukan secara bertahap atau cicilan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 90 nasabah KPR di Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Sukaramai. Teknik sampling yang diterapkan adalah Sampling Jenuh, di mana seluruh populasi yang ada dijadikan sampel (Anshori, 2017). Dengan kata lain, jika jumlah responden kurang dari 100, maka semua anggota populasi diikutsertakan sebagai sampel. Dalam hal ini, jumlah sampel sama dengan jumlah populasi, yaitu 90 nasabah. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi dan penyebaran kuesioner, sementara analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berdasarkan usia dari 90 responden, dan hasilnya diperoleh sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Menurut Usia

No	Keterangan Usia	Jumlah	Persentase
1	21-35 tahun	26 orang	29 %
2	36-45 tahun	43 orang	48 %
3	46-55 tahun	4 orang	4 %
4	46-55 tahun	16 orang	18 %
5	56-60 tahun	1 orang	1 %
Total		90 orang	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, total responden berjumlah 90 orang, dengan distribusi usia sebagai berikut: 26 orang atau 29% berusia 21-35 tahun, 43 orang atau 48% berusia 36-45 tahun, 16 orang atau 18% berusia 46-55 tahun, dan 1 orang atau 1% berusia 56-60 tahun.

Tabel 2. Karakteristik Responden Menurut pendidikan

No	Keterangan Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	1 orang	1 %
2	SMA	23 orang	26 %
3	Perguruan Tinggi	66 orang	73 %
Total		90 orang	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dari total 90 responden, sebanyak 1 orang atau 1% memiliki pendidikan SMP, 23 orang atau 26% memiliki pendidikan SMA, dan 66 orang atau 73% memiliki pendidikan sarjana atau perguruan tinggi.

Tabel 3. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

No	Keterangan Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Bankir	11 orang	12 %
2	Guru/dosen	20 orang	22 %
3	Tenaga medis	8 orang	9 %
4	Wiraswasta	19 orang	21 %
5	Lainnya	32 orang	36 %
Total		90 orang	100%

Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden, 11 orang atau 12% bekerja sebagai bankir, 20 orang atau 22% sebagai guru/dosen, 8 orang atau 9% sebagai tenaga medis, 19 orang atau 21% sebagai wiraswasta, dan 32 orang atau 36% memiliki pekerjaan dalam kategori lainnya.

Tabel 4. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	< 5.000.000	1 orang	1 %
2	5.000.000 - 10.000.000	75 orang	84 %
3	10.000.000 – 20.000.000	11 orang	12 %
4	> 20.000.000	3 orang	3 %
Total		90 orang	100%

Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden, 1 orang atau 1% memiliki pendapatan kurang dari 5 juta, 75 orang atau 84% memiliki pendapatan antara 5 juta hingga 10 juta, 11 orang atau 12% memiliki pendapatan antara 10 juta hingga 20 juta, dan 3 orang atau 3% memiliki pendapatan lebih dari 20 juta.

Tabel 5. Karakteristik Responden Menurut Sumber Mengatahui KPR

No	Keterangan sumber mengetahui KPR	Jumlah	Persentase
1	Iklan	9 orang	10 %
2	Keluarga	41 orang	46 %
3	Teman	28 orang	31 %
4	Sumber lainnya	12 orang	13 %
Total		90 orang	100%

Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden, 9 orang atau 10% mengetahui produk KPR Syariah melalui iklan, 41 orang atau 46% melalui keluarga, 28 orang atau 31% melalui teman, dan 12 orang atau 13% dari sumber lainnya.

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	9.802	4.067		2.410	.018
Religiusitas	.441	.094	.499	4.703	.000
Pendapatan	.013	.045	.020	.298	.766
Pengetahuan produk	.270	.082	.346	3.307	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.12, hasil uji parsial dengan menggunakan uji t menunjukkan hal-hal berikut:

1. Variabel religiusitas: Nilai t-hitung sebesar 4,703 lebih tinggi dibandingkan nilai t-tabel 1,98793 ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$), dengan tingkat signifikansi 5% dan nilai sig uji t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Ini berarti hipotesis satu (H_{a1}) diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel religiusitas dan minat pengajuan KPR Syariah.
2. Variabel pendapatan: Nilai t-hitung sebesar 0,298 lebih rendah dari nilai t-tabel 1,98793 ($t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$), dengan tingkat signifikansi 5% dan nilai sig uji t sebesar 0,766 yang lebih besar dari 0,05 ($0,766 > 0,05$). Ini berarti hipotesis dua (H_{a2}) ditolak, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel pendapatan dan minat pengajuan KPR Syariah.
3. Variabel pengetahuan produk: Nilai t-hitung sebesar 3,307 lebih tinggi dibandingkan nilai t-tabel 1,98793 ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$), dengan tingkat signifikansi 5% dan nilai sig uji t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Ini berarti hipotesis tiga (H_{a3}) diterima, menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel pengetahuan produk dan minat pengajuan KPR Syariah.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	788.979	3	262.993	51.506	.000 ^b
	Residual	439.121	86	5.106		
	Total	1228.100	89			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan produk, Pendapatan, Religiusitas

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.13, uji simultan menunjukkan bahwa pengaruh variabel religiusitas (X1), pendapatan (X2), dan pengetahuan produk (X3) terhadap minat pengajuan KPR Syariah (Y) diperoleh nilai F-hitung sebesar 51,506, yang lebih besar dari nilai F-tabel sebesar 2,71 (F-hitung > F-tabel). Dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka hipotesis lima (Ha5) diterima. Ini berarti bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel religiusitas, pendapatan, dan pengetahuan produk terhadap minat pengajuan KPR Syariah.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa religiusitas mempengaruhi minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Sukaramai. Sementara itu, pendapatan tidak mempengaruhi minat pengajuan KPR Syariah di bank tersebut. Pengetahuan produk, di sisi lain, berpengaruh terhadap minat pengajuan KPR Syariah. Secara simultan, religiusitas, pendapatan, dan pengetahuan produk secara bersama-sama mempengaruhi minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Sukaramai. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat pengajuan KPR Syariah, seperti bauran pemasaran, kepercayaan, literasi keuangan, dan sebagainya. Selain itu, peneliti diharapkan dapat meningkatkan jumlah responden atau sampel serta memperpanjang periode penelitian agar data yang diperoleh lebih komprehensif dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, Sherif & Shahrudin, Amir. 2016. "Potential for Islamic Banking in Macedonia: An Empirical Evidence", dalam *Jurnal International Review of Management and Marketing*, Vol. 6, No.4.
- Ancok & Suroso, F. N. 2005. *Psikologi Islam: Solusi Islam atas problem–problem psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Anshori, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Bari'ah, Zaenal Abidin, H. N. (2008). *Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank Dengan Minat Menabung Nasabah Pt Bri Kantor Cabang Ungaran*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Kambuaya, C. (2015). *Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afirmasi Pendidikan*

- Menengah Asal Papua Dan Papua Barat Di Kota Bandung. *Share : Social Work Journal*, 5(2), 157–166. <https://doi.org/10.24198/share.v5i2.13140>
- Lestari, E. P., & Mulazid, A. S. 2018. Islamic Bank Efficiency: A Comparative Study Between Indonesia and Pakistan. *KnE Social Sciences*, 3(8), 33.
- Mohammad, H. 2014. Analisis tingkat pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah Di Indonesia. *Binus Business Riview*, [519–526](#).
- Mubarak. (2007). Promosi Kesehatan Sebuah Pengamatan Proses Belajar Mengajar dalam Pendidikan. Graha Ilmu
- Mulazid, A. S. 2018. Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bni Syariah Cabang Fatmawati Jakarta. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 78.
- Nasution, S. A., & Aslami, N. (2021). Analisa Peningkatan Minat terhadap Produk Asuransi Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 254–262.
- Sumar'in. 2012. Konsep Kelembagaan Bank Syariah. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ulyana C, Daryanto HK, Saptano IT. [2016](#). Harga Properti Residensial & Pembiayaan Pemilikan Rumah Perbankan Syariah dan Konvensional. *Jurnal Al-Muzara'ah*. 4(2): [97-109](#).
- Widyastuti, Sri. 2019. Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis. Malang: IRDH.