

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR

Jihan Nur Laili Nuzula¹, Peni Haryanti²
Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

Email: jihannurlaili02@gmail.com¹, peniharyanti@unhasy.ac.id²

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

PENDAHULUAN

Permintaan rumah setiap tahun meningkat sangat pesat yang sebagian besar disebabkan oleh peningkatan jumlah penduduk.¹ Permintaan terhadap real estate khususnya rumah tidak berhenti sebagai kebutuhan pokok dalam membangun kehidupan bermasyarakat. Namun, masih terdapat ketidaksesuaian antara permintaan perumahan dan ketersediannya.² 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.³ Bank syariah memiliki peran penting dalam membangun perekonomian negara Indonesia.⁴ Menyadari hal tersebut, perbankan Indonesia telah memberikan inovasi agar masyarakat dapat memiliki rumah idaman melalui KPR.⁵ KPR menjadi produk bank yang dipakai oleh masyarakat untuk membeli rumah dengan cara kredit.⁶

BTN Syariah adalah salah satu bank yang menawarkan kemudahan kepada nasabahnya sehingga menjadikannya pemimpin di sektor pembiayaan perumahan berbasis syariah.⁷ Adanya KPR syariah tentu membawa kenyamanan setiap masyarakat yang memperhatikan pelarangan penggunaan riba dalam setiap transaksi.⁸ BTN Syariah juga masuk dalam 10 besar bank syariah terbaik di Indonesia tahun 2022.⁹ Dalam

¹ Imam Sopingi, Ririn Tri Ratnasari, and Imron Mawardi, 'Analisis Implementasi Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah Bersubsidi Berdasarkan Konsep Masalah', *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 15.1 (2023), pp. 17–33, 10.35891/ml.v13i2.3267.

² T. N. Wijayanti and F Hidayat, 'Minat Generasi Milenial Terhadap Produk Pembiayaan KPR Syariah', *Jurnal Pendidikan*, VIII.2 (2020), pp. 170–80 <<http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>>.

³ Meichio Lesmana, Ahmad Suminto, and Siti Nurma Rosmitha, 'Pembiayaan Property Indent (Kpr Syariah) Ditinjau Dari Maqashid Syariah Dan Qawaidul Fiqhiyyah', *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 04.02 (2021), pp. 1260–79, 10.21111/jiep.v4i03.6576.

⁴ Nur Afifah and Peni Haryanti, 'Hakikat Peran Intermediasi Bank Syariah Bagi Masyarakat Pada PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang', *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, 2.3 (2021), pp. 160–73.

⁵ Seniorita and others, 'The Influence Public Interest in BTN Home Ownership Credit (KPR) Financing Seniorita', *International Journal of Business and Quality Research*, 01.03 (2023), pp. 75–87.

⁶ Ahmad Firman, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5.2 (2022), pp. 1549–62, 10.36778/jesya.v5i2.773.

⁷ Nofia Tika Lestari, Hendra, and Aulia Annisa, '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 (2023), pp. 471–77.

⁸ Desy Arum Sunarta and others, 'Realisasi Pembiayaan Perumahan Subsidi Pada Pelayanan Syariah Desy', *Jurnal Markcount Finance*, 1.2 (2023), pp. 95–102, 10.55849/Sciencetechno.v1i1.1.

⁹ Utari and others, '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 (2022).

opersionalnya, BTN Syariah harus memperhatikan berbagai aspek yang dirasakan nasabah sebelum memutuskan menggunakan KPR.¹⁰

Ketika seorang nasabah mengungkapkan masalah atau kebutuhan akan produk yang diinginkan, maka proses pembelian dimulai.¹¹ 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.¹² Prosedur ataupun langkah pengambilan pada keputusan konsumen dipengaruhi faktor-faktor yang dijelaskan dalam Q.S. Al-Furqon: 67.¹³ 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 atau jasa yang ada.¹⁴ Pelanggan cenderung membeli suatu produk apabila nilai harga yang ditawarkan oleh seorang pemasar sesuai dengan kualitas barang dan daya belinya.¹⁵ Jika harga KPR BTN Syariah kompetitif dan memenuhi kebutuhan seluruh masyarakat, hal ini dapat berdampak pada hasil akhir keputusan dari konsumen dalam memanfaatkan produk atau layanan tersebut guna memenuhi kebutuhan nasabah.¹⁶ Menurut Septiani & Prambudi (2021)¹⁷ harga adalah penetapan sejumlah uang sebagai harga dasar terhadap barang atau jasa yang dibeli, ditetapkan dengan adil dan tidak memihak sebagai alat untuk melemahkan negosiasi.

¹⁰ Qusnul Dyah Novitasari and Roziana Ainul Hidayati, 'Jurnal Mahasiswa Manajemen, Volume 01 Nomor 01 Tahun 2020', *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 01.1 (2020), 10.30587/mahasiswamanajemen.v1i01.1229.

¹¹ Okto Iskandar Samosir and others, 'Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Romeby Kasih Abadi (Developer Perumahan Bersubsidi)', *Tijarah*, 1.19 (2020), pp. 143–51.

¹² dkk Lilis Muhliso, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan', *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 2.1 (2020), pp. 130–43.

¹³ Al-Qur'an dan Terjemahannya, *Al-Quran* (Insan Media Pustaka, 2015).

¹⁴ Bayu Putra Setiawan and Agus Frianto, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)', *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3.3 (2021), pp. 352–66, doi:10.33752/bima.v3i3.5493.

¹⁵ Mariatus Sakdiyah, Agus Frianto, and Lilis Sugi Rahayu Ningsih, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Onlineshop Pusathijabsyaree Surabaya)', *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3.2 (2021), pp. 226–44, 10.33752/bima.v3i2.5484.

¹⁶ Yuni Amelisa, *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)* (2020).

¹⁷ Sarah Septiani and Bono Prambudi, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo', *Journal of Management (SME)*, 14.2 (2021), 10.35508/jom.v14i2.4747.

Kualitas layanan mengacu pada evaluasi layanan yang diinginkan oleh nasabah. Diharapkan kualitas layanan mampu menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah¹⁸. Sebagai nasabah, mereka selalu mengharapkan pelayanan prima yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya.¹⁹ Menurut Farida & Mahfud (2021)²⁰ kualitas layanan adalah sebuah Tindakan atau kegiatan yang dilakukan dari pada suatu organisasi terhadap organisasi lain dan dapat memberikan atau menghasilkan suatu pelayanan dan memenuhi kebutuhan nasabah. Produk yang sesuai dengan harapan akan memberikan stimulus kepada nasabah sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk membeli.²¹ Manfaat yang lebih banyak ditawarkan suatu produk akan meningkatkan minat konsumen untuk membelinya.²²

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:

¹⁸ Asral and Sesri Sellina, '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 (2023), pp. 321–35, 10.37531/mirai.v8i2.5245.

¹⁹ Echa Febri Chorniawan, Tri Sudarwanto, and Rohmad Prio Santoso, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang', *Jurnal Geo Ekonomi*, 10.September (2019), pp. 7–8, doi:10.36277/geoekonomi.

²⁰ Beti Saniyatun Farida and Yusqi Mahfud, '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 (2021).

²¹ Rufaida Setyawati, Suhartono, and Pungki Nindia Asmoro, '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 (2022), pp. 68–84, doi:10.32477/jrm.v9i1.402.

²² Lulu Nafisah and Rohmad Prio Santoso, '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 (2022), pp. 76–83, doi:10.33752/bima.v5i1.5647.

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 sektor 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. Berdasarkan latar belakang penelitian, judul penelitian yang akan digunakan adalah “PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR”.

METODE

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	Nilai Signifikan
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,848	0,226	Valid
	Y.2	0,842	0,226	Valid
	Y.3	0,726	0,226	Valid
	Y.4	0,853	0,226	Valid
	Y.5	0,865	0,226	Valid
Harga (X1)	X1.1	0,818	0,226	Valid
	X1.2	0,844	0,226	Valid
	X1.3	0,786	0,226	Valid
	X1.4	0,839	0,226	Valid
	X1.5	0,845	0,226	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,822	0,226	Valid
	X2.2	0,832	0,226	Valid
	X2.3	0,814	0,226	Valid
	X2.4	0,857	0,226	Valid
	X2.5	0,816	0,226	Valid
Produk (X3)	X3.1	0,652	0,226	Valid
	X3.2	0,725	0,226	Valid
	X3.3	0,770	0,226	Valid
	X3.4	0,707	0,226	Valid
	X3.5	0,722	0,226	Valid

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	Keterangan
1.	<i>Harga</i>	0,884	Reliabel
2.	<i>Kualitas Layanan</i>	0,884	Reliabel
3.	<i>Produk</i>	0,759	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian	0,885	Reliabel

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						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	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

Sumber: Data yang dikumpulkan 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.

SIMPULAN

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 $F 284,684 > f \text{ tabel } 2,73$ dan $0,000 < 0,05$.

SARAN

Berdasarkan temuan diatas, berbagai saran yang dikembangkan untuk BTN Syariah adalah:

1. BTN Syariah sebaiknya memastikan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan nasabah dalam mengambil keputusan pembelian.

2. BTN Syariah dapat meningkatkan daya tanggap kualitas layanan mereka, memperkuat hubungan dengan nasabah, dan membangun reputasi sebagai penyedia layanan yang responsif dan berkualitas.
3. BTN Syariah harus memastikan bahwa bangunan yang dibangun sesuai standar yang ditetapkan dan bahan konstruksi yang digunakan memiliki kualitas yang baik dan mematuhi standar keamanan dan keandalan. Memilih bahan berkualitas tinggi dapat membantu memastikan ketahanan bangunan dalam jangka panjang.

Bagi peneliti berikutnya, harapan peneliti bisa digunakan sebagai panduan untuk melakukan penelitian terkait Harga, Kualitas Layanan dan Produk. Penggunaan objek dalam penelitian ini berbeda dan memvalidasi adanya faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian KPR.

DAFTAR RUJUKAN

- Afifah, Nur, and Peni Haryanti, 'Hakikat Peran Intermediasi Bank Syariah Bagi Masyarakat Pada PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang', *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, 2.3 (2021), pp. 160–73
- Al-Quran. (2015). Al-Qur'an dan Terjemahannya. Insan Media Pustaka.
- Amelisa, Yuni, *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)* (2020)
- Asral, and Sesri Sellina, '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 (2023), pp. 321–35, 10.37531/mirai.v8i2.5245
- Chorniawan, Echa Febri, Tri Sudarwanto, and Rohmad Prio Santoso, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang', *Jurnal Geo Ekonomi*, 10.September (2019), pp. 7–8, doi:10.36277/geoekonomi
- Farida, Beti Saniyatun, and Yusqi Mahfud, '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 (2021)
- Firman, Ahmad, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5.2 (2022), pp. 1549–62, 10.36778/jesya.v5i2.773
- Fuadi, Selamat, Elly Wijayanti, and Suyadi, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada Pt.Telkom Metro', *Kalianda Halok Gagas Economics Adn Management*, 4.2 (2022), pp. 144–57, 10.52655/khg.v4i2.30
- Khoiriyah, Rif'atul, and Sulistyio Budi Utomo, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pada

- Masyarakat Wadungasri Sidoarjo), *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10.3 (2021), pp. 3–17 <<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3944>>
- Lesmana, Meichio, Ahmad Suminto, and Siti Nurma Rosmitha, 'Pembiayaan Property Indent (Kpr Syariah) Ditinjau Dari Maqashid Syariah Dan Qawaidul Fiqhiyyah', *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 04.02 (2021), pp. 1260–79, 10.21111/jiep.v4i03.6576
- Lestari, Nofia Tika, Hendra, and Aulia Annisa, '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 (2023), pp. 471–77
- Lilis Muhlisoh, dkk, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan', *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2.1 (2020), pp. 130–43
- Nadiya, Farisa Hasna, and Susanti Wahyuningsih, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5.2 (2020), pp. 1–20 <<http://prosiding.unimus.ac.id>>
- Nafisah, Lulu, and Rohmad Prio Santoso, '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 (2022), pp. 76–83, doi:10.33752/bima.v5i1.5647
- Novitasari, Qusnul Dyah, and Roziana Ainul Hidayati, 'Jurnal Mahasiswa Manajemen, Volume 01 Nomor 01 Tahun 2020', *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 01.1 (2020), 10.30587/mahasiswamanajemen.v1i01.1229
- Nurfritri, Ade Rachmawati, and Dimiyati, 'Pengaruh Harga, Lokasi Dan Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tinggal Di Kota Depok', *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4.2 (2023), pp. 108–22, 10.36312/jcm.v4i2.1436
- Pramudani, Melita Puji, and Annisa Fithria, 'Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah', *Journal of Islamic Economics Finance and Banking*, 5.2 (2021), 10.35448/jiec.v5i2.11614
- Putri, Diah Kartika, Rizal Agus, and Fatira Marlya, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR IB Subsidi Pada Bank Syariah', *Jurnal Bilal Bisnis Ekonomi Halal*, 2.2 (2021), pp. 131–39, 10.51510/bilal.v2i2.458
- Sakdiyah, Mariatus, Agus Frianto, and Lilis Sugi Rahayu Ningsih, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Onlineshop Pusathijabsyaree Surabaya)', *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3.2 (2021), pp. 226–44, doi:10.33752/bima.v3i2.5484
- Samosir, Okto Iskandar, Andikha Maslow Tarihoran, Johan Leonardo, Imelda Gowasa, and Rahmat Alamsyah Harahap, 'Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Romeby Kasih Abadi (Developer Perumahan Bersubsidi)', *Tijarah*, 1.19 (2020), pp. 143–51
- Seniorita, Ridwan, Ratna, and Ilyas, 'The Influence Public Interest in BTN Home Ownership Credit (KPR) Financing Seniorita', *International Journal of Business and Quality Research*, 01.03 (2023), pp. 75–87
- Septiani, Sarah, and Bono Prambudi, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo', *Journal of Management (SME)*, 14.2 (2021), 10.35508/jom.v14i2.4747

- Setiawan, Bayu Putra, and Agus Frianto, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)', *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3.3 (2021), pp. 352–66, doi:10.33752/bima.v3i3.5493
- Setyawati, Rufaida, Suhartono, and Pungki Nindia Asmoro, '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 (2022), pp. 68–84, doi:10.32477/jrm.v9i1.402
- Sopingi, Imam, Ririn Tri Ratnasari, and Imron Mawardi, 'Analisis Implementasi Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah Bersubsidi Berdasarkan Konsep Maslahah', *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 15.1 (2023), pp. 17–33, doi:10.35891/ml.v13i2.3267
- Sugiyono, Prof. Dr., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta, 2022)
- Sunarta, Desy Arum, Sarkissian Catherine, Moatti Dylan, and Frances Alon, 'Realisasi Pembiayaan Perumahan Subsidi Pada Pelayanan Syariah Desy', *Jurnal Markcount Finance*, 1.2 (2023), pp. 95–102, 10.55849/Sciotechno.v1i1.1
- Terjemahannya, Al-Qur'an dan, *Al-Quran* (Insan Media Pustaka, 2015)
- Utari, Kuta, Septiyana, Yeni, Asnaini, Asnaini, and others, '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 (2022)
- Wijayanti, T. N., and F Hidayat, 'Minat Generasi Milenial Terhadap Produk Pembiayaan KPR Syariah', *Jurnal Pendidikan*, VIII.2 (2020), pp. 170–80
<<http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>>