



Keputusan Masyarakat Menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Menggunakan Akad Murabahah di Kota Tebing Tinggi

M. Maulana Malik Nasution^{1*}, Putri Nazli²

¹⁻²Universitas Potensi Utama Medan, Indonesia

Email: maulananasution1106@gmail.com¹, putrinazli975@email.com²

*Penulis korespondensi: maulananasution1106@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the factors influencing people's decisions to use a Home Ownership Credit (KPR) with a murabahah contract at a sharia bank in Tebing Tinggi City. The research method used is a descriptive qualitative approach, with data collection techniques through observation, in depth interviews, and documentation of people who have used the murabahah KPR product. Informants were selected purposively to obtain relevant and in depth data. The results show that people's decisions are influenced by several main factors, including compliance with sharia principles, price transparency, certainty of fixed installments, ease of financing processes, promotions conducted by the bank, housing location, and the brand image of the sharia bank. The murabahah contract is considered to provide clarity of profit margins from the start and stability of installment payments throughout the financing period, thereby increasing public security and trust. These findings indicate that consistent application of sharia principles and appropriate marketing strategies play a significant role in increasing public interest in sharia housing financing products.*

Keywords: *Decision Making; Home Ownership Credit; Islamic Banking; Murabahah; Sharia Financing.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan akad murabahah pada bank syariah di Kota Tebing Tinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap masyarakat yang telah menggunakan produk KPR murabahah. Informan dipilih secara purposive untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, antara lain kepatuhan terhadap prinsip syariah, transparansi harga, kepastian angsuran tetap, kemudahan proses pembiayaan, promosi yang dilakukan bank, lokasi perumahan, serta citra merek bank syariah. Akad murabahah dinilai memberikan kejelasan margin keuntungan sejak awal serta stabilitas pembayaran angsuran selama masa pembiayaan, sehingga mampu meningkatkan rasa aman dan kepercayaan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah yang konsisten dan strategi pemasaran yang tepat berperan penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk pembiayaan perumahan syariah.

Kata Kunci: Keputusan Masyarakat; KPR Syariah; Murabahah; Perbankan Syariah.

1. LATAR BELAKANG

Perbankan syariah merupakan implementasi ekonomi Islam yang menolak sistem bunga karena dikategorikan sebagai riba yang dilarang dalam ajaran Islam dan agama-agama lain. Larangan riba didasarkan pada dampak negatifnya terhadap moral dan keadilan sosial. Pertumbuhan pembiayaan perbankan syariah yang mencapai Rp20,44 triliun atau 2,58% dari total pembiayaan nasional menunjukkan bahwa perbankan syariah telah berfungsi dengan baik sebagai lembaga intermediasi keuangan.

Seiring meningkatnya aktivitas ekonomi dan perbedaan prinsip dengan perbankan konvensional, perbankan syariah berkembang sebagai pilar utama ekonomi syariah nasional dengan tujuan mendukung pembangunan yang berkeadilan dan pemerataan kesejahteraan.

Ketidaksesuaian praktik riba dalam bank konvensional mendorong masyarakat untuk lebih percaya melakukan transaksi muamalah melalui bank syariah yang berlandaskan Al-Qur'an, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 275.

Dalam sektor perumahan, munculnya Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah menjadi alternatif pembiayaan yang bebas riba. KPR syariah menggunakan berbagai akad, seperti murabahah, istishna', ijarah muntahiyah bit tamlik, dan musyarakah mutanaqishah. Tingginya harga rumah membuat masyarakat sulit membeli rumah secara tunai, sehingga pembiayaan melalui KPR menjadi solusi yang banyak dipilih.

Keunggulan KPR syariah terletak pada kepastian angsuran yang bersifat tetap (fixed), transparansi harga, serta kejelasan akad jual beli, berbeda dengan KPR konvensional yang angsurannya dapat berubah akibat fluktuasi suku bunga. Selain itu, kelengkapan dokumen sejak awal akad memungkinkan nasabah menempati rumah tanpa kekhawatiran administratif.

Akad murabahah merupakan akad yang paling umum digunakan dalam pembiayaan KPR syariah, di mana bank membeli rumah kemudian menjualnya kepada nasabah dengan margin keuntungan yang disepakati di awal sesuai Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 dan POJK Nomor 10/POJK.05/2019.

Di Kota Tebing Tinggi, peluang pengembangan KPR syariah cukup besar karena mayoritas penduduk berprofesi sebagai karyawan dan wiraswasta dengan tingkat ekonomi menengah. Bank Syariah Indonesia Cabang Tebing Tinggi mencatat sekitar 50 pengajuan KPR dalam tiga bulan terakhir tahun 2025 dengan tingkat persetujuan 70–80%. Namun, minat masyarakat masih tergolong rendah akibat minimnya informasi dan kurangnya pemahaman mengenai perbedaan KPR syariah dan KPR konvensional.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji keputusan masyarakat Kota Tebing Tinggi dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan akad murabahah serta faktor-faktor yang memengaruhinya.

2. KAJIAN TEORITIS

Keputusan Masyarakat

Keputusan masyarakat merupakan hasil dari proses pemilihan alternatif terbaik untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun individu, yang dilakukan melalui tahapan identifikasi masalah, pengumpulan informasi, evaluasi alternatif, dan penentuan pilihan. Dalam konteks pemilihan hunian, keputusan masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain lokasi, lingkungan, desain dan fasilitas rumah, harga, kemampuan finansial, serta pertimbangan

sosial. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dan berbeda sesuai kondisi ekonomi serta kebutuhan masing-masing individu atau keluarga (Argo, 2017).

Pengambilan Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan pembelian merupakan proses pemilihan satu alternatif dari beberapa pilihan yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Putri, 2021). Proses ini berlangsung sejak konsumen menyadari kebutuhan hingga setelah pembelian dilakukan. Menurut Taufik dan Haryono (2021), proses keputusan pembelian terdiri atas lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Pemahaman terhadap tahapan ini penting untuk menjelaskan bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa, termasuk dalam pembiayaan perumahan.

Keputusan Menggunakan KPR Murabahah

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan akad murabahah merupakan pembiayaan kepemilikan rumah berbasis jual beli yang menegaskan harga pokok dan margin keuntungan di awal akad. Masyarakat memilih KPR murabahah karena kepatuhannya terhadap prinsip syariah, transparansi harga, kepastian angsuran, serta tujuan menghindari riba dan ketidakpastian (gharar). Selain itu, kejelasan margin dan prinsip keadilan menjadikan akad murabahah sebagai skema pembiayaan yang paling banyak digunakan dalam perbankan syariah (Aisyatus, 2018).

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat memilih KPR murabahah meliputi kepatuhan terhadap syariah Islam, transparansi harga, kejelasan margin keuntungan, serta dorongan untuk memperoleh pembiayaan yang adil dan sesuai prinsip muamalah.

Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam tanpa menggunakan sistem bunga (riba). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, perbankan syariah mencakup Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Operasional bank syariah berlandaskan prinsip kejujuran (shiddiq), keterbukaan dan edukasi (tabligh), amanah, serta profesionalisme (fathanah) guna menjamin pengelolaan dana yang berintegritas dan sesuai syariah (Rahayu, 2019).

Pembiayaan Bank Syariah dan KPR Syariah

Pembiayaan syariah merupakan penyaluran dana oleh bank syariah untuk memenuhi kebutuhan konsumtif maupun produktif masyarakat, termasuk pembiayaan kepemilikan rumah. KPR syariah adalah fasilitas pembiayaan rumah yang menggunakan akad jual beli

atau kerja sama sesuai prinsip syariah, dengan cicilan tetap dan margin keuntungan yang disepakati di awal akad (Putri, 2021). Kepastian angsuran dan tidak adanya denda pelunasan dipercepat menjadi keunggulan utama KPR syariah dibandingkan KPR konvensional.

3. METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Agustus 2025 dengan ruang lingkup Masyarakat Kota Tebing Tinggi sebagai subjek Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Melalui deskriptif data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diintegrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti. Fokus penelitian ini yaitu membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna mencari data yang relevan. Penelitian ini akan difokuskan pada “Keputusan Masyarakat Menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Menggunakan Akad Murabahah Di kota Tebing Tinggi”

Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau responden adalah seorang informan yang memberikan suatu informasi berupa keterangan tentang suatu fakta maupun pendapat. Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Informan dalam penelitian ini adalah Masyarakat Pengguna KPR dengan Akad Murabahah di Kota Tebing Tinggi menggunakan sampel *Non Probability*.

Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan Tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Data primer diambil mengumpulkan data primer antara lain observasi tempat, serta wawancara dengan informan sebagai narasumber, yaitu Masyarakat Pengguna KPR dengan Akad Murabahah di Kota Tebing Tinggi. Data sekunder diambil berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumentasi) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

peneliti turun kelapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan dan peasaan. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Kredit Pemilikan

Rumah (Kpr) Menggunakan Akad Murabahah Dikota Tebing Tinggi.

Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan Masyarakat Kota tebing tinggi yang memiliki KPR Rumah di Bank Syariah.

Dokumentasi

Peneliti melakukan dokumen gambar untuk bahan pendukung penelitian.

Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan proses sistematis dalam mengorganisasikan, menelaah, dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti dan menyajikan temuan penelitian secara jelas (Bogdan). Proses analisis dilakukan sejak awal pengumpulan data hingga penelitian berakhir dengan menelaah seluruh data dari berbagai sumber.

Tahapan analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan memilih data yang relevan sesuai fokus penelitian, mengidentifikasi tema dan pola, serta membuang data yang tidak berkaitan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif guna memudahkan pemahaman terhadap hasil penelitian, khususnya terkait pengalaman masyarakat pengguna KPR akad murabahah di Kota Tebing Tinggi. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu proses menemukan pola, hubungan, serta makna dari data yang telah dianalisis secara bertahap hingga diperoleh kesimpulan yang valid dan mendalam.

Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menjamin validitas dan keandalan data penelitian, dilakukan uji keabsahan data melalui empat kriteria utama. Pertama, *credibility*, yaitu memastikan tingkat kepercayaan data melalui pembuktian dan kesesuaian temuan dengan kondisi lapangan. Kedua, *transferability*, yaitu memberikan uraian deskriptif yang rinci agar hasil penelitian dapat diterapkan pada konteks yang memiliki kesamaan. Ketiga, *dependability*, yaitu menjamin konsistensi proses penelitian sehingga dapat ditelusuri dan dipertanggungjawabkan. Keempat, *confirmability*, yaitu memastikan bahwa hasil penelitian bersifat objektif dan didukung oleh data empiris, bukan semata-mata pandangan subjektif peneliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Keputusan Masyarakat Menggunakan KPR dengan Akad Murabahah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat Kota Tebing Tinggi dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan akad murabahah didorong oleh keinginan menghindari riba, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta adanya transparansi harga dan kepastian angsuran. Akad murabahah memberikan kejelasan harga jual dan margin keuntungan yang disepakati sejak awal, sehingga nasabah tidak terpengaruh oleh fluktuasi suku bunga sebagaimana pada KPR konvensional.

Selain aspek syariah, keputusan masyarakat juga dipengaruhi oleh kemudahan akses pembiayaan serta rasa aman bagi pihak bank karena adanya agunan hingga pembiayaan lunas. Hal ini menjadikan akad murabahah sebagai skema pembiayaan yang dianggap adil dan dapat diterima oleh masyarakat.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis tematik, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih KPR murabahah, yaitu:

a. Faktor Harga

Harga yang terjangkau dan kesesuaian angsuran dengan kemampuan finansial menjadi pertimbangan penting. Kepastian angsuran yang bersifat tetap (flat) meningkatkan rasa aman dan kepercayaan masyarakat dalam mengambil keputusan pembiayaan.

b. Faktor Promosi

Promosi yang dilakukan oleh pihak bank dan developer, seperti pemberian bonus, margin khusus, serta kemudahan biaya administrasi, terbukti meningkatkan minat masyarakat terhadap produk KPR syariah.

c. Faktor Citra Merek

Citra positif Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan yang terpercaya dan sesuai prinsip syariah turut memengaruhi keputusan nasabah. Merek yang kuat memberikan keyakinan terhadap kualitas layanan dan keamanan transaksi.

d. Faktor Lokasi

Lokasi perumahan yang strategis, dekat dengan pusat kota, tempat kerja, fasilitas umum, dan pelayanan publik menjadi faktor dominan dalam keputusan pembelian rumah melalui KPR syariah.

Temuan Wawancara

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa masyarakat memilih KPR murabahah karena prosesnya mudah, akad yang jelas, serta sistem pembayaran otomatis yang praktis. Informan juga menilai bahwa kualitas hunian, keamanan lingkungan, dan fasilitas yang diperoleh sebanding dengan harga yang dibayarkan. Selain itu, peran marketing perumahan dan bank syariah dinilai penting dalam memberikan informasi dan meyakinkan calon nasabah.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat Kota Tebing Tinggi dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan akad murabahah pada Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh kombinasi faktor religius, ekonomi, dan pemasaran. Faktor utama yang paling dominan adalah kepatuhan terhadap prinsip syariah, khususnya keinginan masyarakat untuk menghindari riba dalam pembiayaan perumahan. Temuan ini menegaskan bahwa aspek religiusitas masih menjadi dasar pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan keuangan masyarakat muslim, terutama untuk kebutuhan jangka panjang seperti kepemilikan rumah.

Akad murabahah memberikan kejelasan akad, transparansi harga, serta kepastian margin keuntungan yang telah disepakati di awal. Kepastian angsuran yang bersifat tetap (fixed) sepanjang masa pembiayaan menjadi keunggulan utama KPR syariah dibandingkan KPR konvensional yang dipengaruhi fluktuasi suku bunga. Kondisi ini menciptakan rasa aman secara finansial bagi nasabah dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk perbankan syariah. Temuan ini sejalan dengan teori pengambilan keputusan pembelian yang menyatakan bahwa konsumen cenderung memilih alternatif yang memberikan kepastian dan meminimalkan risiko.

Selain faktor syariah, harga juga berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan masyarakat. Kesesuaian antara harga rumah, besaran uang muka, dan kemampuan membayar angsuran menjadi pertimbangan rasional dalam menentukan pilihan KPR. Masyarakat cenderung memilih produk KPR murabahah yang menawarkan angsuran terjangkau dan sesuai dengan pendapatan bulanan, baik untuk rumah subsidi maupun non-subsidi. Hal ini memperkuat pandangan bahwa faktor ekonomi tetap menjadi variabel penting meskipun keputusan didasari nilai-nilai religius.

Faktor promosi turut berkontribusi dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap KPR murabahah. Informasi yang diperoleh melalui promosi bank dan developer, seperti bonus fasilitas rumah, kemudahan biaya administrasi, serta margin khusus, mampu

memengaruhi persepsi dan minat calon nasabah. Promosi yang intensif dan komunikatif membantu mengurangi keterbatasan informasi masyarakat mengenai perbedaan KPR syariah dan konvensional.

Citra merek Bank Syariah Indonesia juga menjadi faktor pendukung dalam pengambilan keputusan. Kepercayaan terhadap reputasi bank, kualitas layanan, dan kepastian kepatuhan terhadap prinsip syariah membentuk persepsi positif di benak masyarakat. Citra merek yang kuat mendorong keyakinan nasabah bahwa pembiayaan yang dilakukan aman, legal, dan sesuai dengan nilai-nilai yang dianut.

Selain itu, lokasi perumahan terbukti menjadi faktor situasional yang penting. Perumahan dengan lokasi strategis, dekat dengan pusat kota, tempat kerja, serta fasilitas umum seperti pasar dan rumah sakit, lebih diminati oleh masyarakat. Lokasi yang mudah diakses dinilai dapat meningkatkan kenyamanan dan efisiensi aktivitas sehari-hari, sehingga memengaruhi keputusan pembelian rumah melalui KPR.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih KPR murabahah merupakan hasil interaksi antara faktor religius, ekonomi, dan pemasaran. Keunggulan utama KPR murabahah terletak pada transparansi akad, kepastian angsuran, serta kesesuaian dengan prinsip syariah, yang didukung oleh harga, promosi, citra merek, dan lokasi perumahan. Temuan ini memperkuat posisi KPR murabahah sebagai alternatif pembiayaan perumahan yang kompetitif dan berkelanjutan dalam pengembangan perbankan syariah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keputusan masyarakat Kota Tebing Tinggi dalam menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan akad murabahah dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut: 1) Faktor Internal, faktor internal meliputi motivasi, sikap, dan pengalaman masyarakat dalam memilih pembiayaan perumahan. Masyarakat cenderung merasa lebih nyaman dan aman menggunakan KPR syariah karena akad murabahah dianggap sesuai dengan prinsip Islam dan terhindar dari unsur riba. Motivasi untuk memiliki hunian yang aman dan sesuai nilai keagamaan menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan. 2) Faktor Eksternal, faktor eksternal mencakup pengaruh sosial dan ekonomi yang membentuk keputusan masyarakat. Kondisi sosial ekonomi, termasuk pendapatan dan lingkungan sosial, berperan dalam menentukan

kemampuan dan minat masyarakat terhadap pembiayaan KPR syariah, meskipun harga perumahan yang ditawarkan beragam. 3) Faktor Pribadi, karakteristik pribadi seperti usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, dan nilai individu memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih KPR murabahah. Kesesuaian produk KPR dengan kondisi pribadi menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan. 4) Faktor Psikologis, faktor psikologis berperan sebagai pendorong dalam keputusan penggunaan KPR syariah. Keyakinan bahwa akad murabahah memberikan kepastian hukum dan ketenangan batin karena terbebas dari riba menjadi alasan utama masyarakat memilih KPR syariah dibandingkan KPR konvensional. 5) Faktor Harga, harga menjadi indikator penting dalam menilai kualitas perumahan. Masyarakat menilai bahwa harga yang lebih tinggi sebanding dengan kualitas bangunan, fasilitas, keamanan, dan kenyamanan yang diperoleh. Transparansi harga dan angsuran tetap dalam akad murabahah meningkatkan kepercayaan nasabah. 6) Faktor Promosi, promosi yang dilakukan oleh pihak perumahan dan bank syariah berpengaruh dalam meningkatkan minat masyarakat. Informasi yang jelas mengenai produk, kemudahan pembiayaan, serta keunggulan KPR syariah membantu masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian rumah. 7) Faktor Lokasi, lokasi perumahan merupakan faktor penting dalam keputusan KPR. Perumahan yang memiliki lokasi strategis, akses mudah ke fasilitas umum, serta lingkungan yang aman dan nyaman lebih diminati oleh masyarakat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut: 1) Bagi Bank Syariah Indonesia, bank Syariah Indonesia diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan KPR syariah, khususnya dalam hal sosialisasi akad murabahah kepada masyarakat. Transparansi informasi terkait mekanisme akad, margin keuntungan, serta skema pembayaran perlu diperkuat agar masyarakat semakin memahami dan percaya terhadap produk KPR syariah. 2) Bagi Developer Perumahan, developer perumahan disarankan untuk lebih memperhatikan aspek lokasi, kualitas bangunan, serta fasilitas pendukung yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kerja sama dengan bank syariah perlu terus ditingkatkan guna menghadirkan produk perumahan yang terjangkau, berkualitas, dan sesuai prinsip syariah. 3) Bagi Masyarakat, masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai perbedaan KPR syariah dan KPR konvensional, khususnya terkait prinsip akad dan implikasi pembiayaan jangka panjang. Dengan pemahaman yang baik, masyarakat dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan sesuai dengan kemampuan finansial serta nilai keagamaan. 4)

Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan menambah jumlah informan, memperluas wilayah penelitian, atau menggunakan metode kuantitatif maupun mixed methods agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan generalisasi yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak Bank Syariah Indonesia, developer perumahan di Kota Tebing Tinggi, serta seluruh informan yang telah bersedia memberikan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moril maupun materil, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dan disusun dengan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Adiwarman, A. K. (2014). *Bank Islam: Analisis fiqih dan keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Afrida, Y. (2016). Analisis pembiayaan murabahah di perbankan syariah. *JEBI (Jurnal Ekonomi Bisnis Islam)*.
- Ahmad Ifham. (2017). *Ini lho KPR syariah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Andayati, D. (2010). *Sistem pendukung keputusan pra-seleksi penerimaan siswa baru (PSB) online* (Laporan penelitian). Institut Sains dan Teknologi AKPRIND.
- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian fashion di TikTok Shop pada pengguna aplikasi TikTok. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.59086/jeb.v2i2.300>
- Aprisal, D. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Great Store Clothing Samarinda). *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Arianty, N. (2013). Pengaruh promosi terhadap keputusan pelanggan menggunakan kartu Mentari pada PT Indosat Tbk Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Arif, M. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT Fastfood Indonesia Store KFC Raja Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*.

- Arif, M., & Siregar, I. K. (2021). Purchase decision affects: Price, product quality, and word of mouth. *INJECTS: International Journal of Economic Technology and Social Sciences*. <https://doi.org/10.53695/injects.v2i1.389>
- Astuti, R., & Febriaty, H. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar modern: Studi kasus pada Indomaret di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Riset Sains Manajemen*.
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis faktor-faktor psikologis terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional*.
- Hakim, L., & Anwar, A. (2017). Pembiayaan murabahah pada perbankan syariah dalam perspektif hukum di Indonesia. *Jurnal Al-Urban*.
- Ismail. (2011). Pembiayaan murabahah dalam perspektif Islam.
- Kasmir. (2008). *Pengantar manajemen keuangan*. Kencana.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Ismail. (2015). Pembiayaan murabahah dalam perspektif Islam. *Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam*.
- Muhammad. (2014). *Manajemen dana bank syariah*. PT RajaGrafindo Persada.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan, dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*.