



## Pengaruh Minat Dan Tingkat Harga Terhadap Preferensi Masyarakat Muslim Yang Akan Menggunakan Akad Murabahah Pada KPR Bank Syariah Di Kota Jambi

Natasha Aurora Geraldine<sup>1</sup>, Paulina Lubis<sup>2</sup>, Ary Dean Amri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Jambi, Indonesia

\*Corresponding author, email; [natashaauragr@gmail.com](mailto:natashaauragr@gmail.com), [paulinalubis@unja.ac.id](mailto:paulinalubis@unja.ac.id), [arydeanamry@unja.ac.id](mailto:arydeanamry@unja.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Juni 2025

Revised Juni 2025

Accepted Juni 2025

Available online

<http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE>

#### Keywords:

Interest, Price, Preference, and Murabahah Contract.

Turabian style in citing this article: [citation Heading] Natasha Aurora Geraldine" Pengaruh Minat Dan Tingkat Harga Terhadap Preferensi Masyarakat Muslim Yang Akan Menggunakan Akad Murabahah Pada KPR Bank Syariah Di Kota Jambi

" Journal of Sharia Economics 7, No. 1 June: 2025

### ABSTRACT

*This study aims to determine the description of interest, price level, and preference of Muslim community using murabahah contract on KPR Bank Syariah in Jambi City, analyze the influence of interest, price level on the preference of Muslim community using murabahah contract on KPR Bank Syariah in Jambi City partially, and analyze the influence of interest and price level on the preference of Muslim community using murabahah contract on KPR Bank Syariah in Jambi City simultaneously. The population in this study was 412,850 residents of Jambi City who are Muslim and are included in the productive age category. The analysis method in this study is quantitative data analysis technique. The results of the research that has been conducted: 1) Public interest in Murabahah contract in KPR Bank Syariah is moderate. This shows that people are starting to realize the importance of sharia-based financing, but have not fully made it their main choice. 2) Price level has a significant influence on public preference in choosing Murabahah contract. 3) Interest does not have a significant effect on preference. 4) Interest and price level influence the preference of Muslim community to use murabahah contract on KPR Bank Syariah in Jambi City simultaneously.*

2025 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

## PENDAHULUAN

Indonesia negara dengan mayoritas penduduknya muslim, yang sudah seyogyanya menggunakan produk maupun jasa pada lembaga keuangan yang berprinsipkan Syariah Islam. Lembaga keuangan itu sendiri memiliki beberapa jenis, mulai dari lembaga keuangan bukan bank dan lembaga keuangan bank. Pada era modern seperti ini, Perbankan telah menjadi sarana yang sangat vital bagi masyarakat di bidang keuangan. Perkembangan dan praktek ekonomi Islam secara nasional maupun internasional semakin membumi. Perkembangan ekonomi islam di indonesia ditandai dengan pesatnya kajian dan publikasi mengenai prinsip-prinsip dan praktek-praktek ekonomi syariah. Hal ini terlihat dari semakin pesatnya pertumbuhan lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah seperti perbankan syariah, asuransi

syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah, dan lembaga-lambaga keuangan lainnya yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Dalam pasal 1 undang-undang No.21 Tahun 2008, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Andiani & Juliandi, 2008).

Dilihat dari segi cara operasionalnya, bank terbagi menjadi dua kelompok, yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Produk dari Bank Syariah berdasarkan jenisnya, terdiri dari: produk simpanan (wadi'ah: tabungan, giro, deposito), produk pembiayaan dengan bagi hasil (musyarakah, mudharabah, muzara'ah, musaqah), produk jual-beli (murabahah, salam, istishna), produk jasa (ijarah, wakalah, kafalah, hawalah, rahn) (Kasmir, 2015). Menurut Aliah (2010) Bank memegang peranan penting dalam memperlancar proses pembangunan dan diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan perumahan, selain itu bank juga melayani kebutuhan pembiayaan dan memperlancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian. salah satu produk yang ditawarkan oleh bank guna ikut berperan dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak melalui pemenuhan kebutuhan papan adalah dengan menawarkan produk pembiayaan rumah atau biasa disebut Kredit Pemilikan Rumah (KPR). KPR adalah salah satu jenis pelayanan kredit yang diberikan oleh bank kepada para nasabah yang menginginkan pinjaman khusus untuk memenuhi kebutuhan dalam pembangunan atau renovasi rumah (Hardjono, 2008). Adanya pembiayaan rumah atau KPR bertujuan untuk mempermudah masyarakat yang berpenghasilan rendah memiliki rumah yang diinginkan.

Rumah merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain makanan dan pakaian. Rumah sangat penting bagi keluarga, karena rumah merupakan tempat berlindung dan untuk istirahat setelah sibuk bekerja atau beraktifitas seharian. Memiliki rumah sendiri adalah idaman semua orang, namun harga rumah yang terus melambung tinggi menjadi penyebab orang jarang mampu membeli rumah secara tunai. Menabung untuk tujuan pembangunan rumah pun juga akan membutuhkan waktu yang sangat lama. Harga material rumah setiap tahunnya bertambah mahal, hal ini menjadi penghalang semakin lama memiliki rumah impian akan terwujud. Sehingga membeli rumah dengan angsuran atau menyewa adalah alternatif yang dapat dipilih. Disinilah bank muncul menjembatani kepentingan pembeli dan penjual rumah dengan menawarkan fasilitas kredit kepemilikan rumah. Fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) muncul karena kebanyakan orang, tidak mampu membeli rumah secara tunai.

Berdasarkan banyaknya produk pembiayaan yang ditawarkan Bank Syariah, produk pembiayaan rumah syariah salah satu produk yang cukup menarik perhatian di kalangan masyarakat. Hal tersebut seiring dengan kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan hunian yang layak semakin tinggi. Skim yang kerap digunakan oleh Perbankan Syariah di Indonesia dalam menjalankan produk pembiayaan pada produk pembiayaan rumah, yaitu: skim murabahah (jual beli), istishna (jual-beli dengan pesanan khusus) dan ijarah (sewa-menyewa), khususnya ijarah mumtahiya bi tamlik atau IMBT (sewa-beli) (Hidayatullah & Thantawi, 2017)

KPR syariah merupakan salah satu jenis alternatif yang diberikan oleh bank kepada para nasabah untuk membantu masyarakat mendapatkan pinjaman

pemberian kredit perumahan kepada nasabah dengan akad syariah. KPR muncul karena adanya kebutuhan masyarakat yang tinggi di kalangan masyarakat. KPR pada perbankan syariah berbeda dengan perbankan konvensional. Pada KPR Syariah, terdapat suatu konsep yang dikenal sebagai sistem bagi hasil dan juga perdagangan, sedangkan pada perbankan konvensional terdapat sistem yang dikenal juga sebagai bunga. Pada KPR Syariah, terdapat beberapa akad yang digunakan, yaitu seperti akad murabahah, ijarah, muntahiya bittamlik dan juga musyarakah mutanaqisah. Pada akad murabahah merupakan perjanjian jual beli. Bank syariah tidak menggunakan bunga sehingga bebas dari riba. Tidak ada istilah bunga maupun biaya bunga dalam perhitungan angsuran di bank syariah, tetapi menggunakan akad murabahah, karena terdapat riba di dalamnya dimana hal tersebut dilarang oleh Islam (Sapi'i & Setiawan, 2016).

Permintaan akan perumahan merupakan suatu penawaran yang dilakukan oleh pengembang dalam properti rumah untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan tempat tinggal. Permintaan akan terjadi apabila seorang individu mempunyai keinginan dan kemampuan untuk membeli suatu barang atau jasa. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasza terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Maka antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa paksaan dari salah satu pihak (Sukirno, 2002). Terciptanya pembiayaan KPR Syariah dikarenakan adanya kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan perumahan secara angsuran berdasarkan dengan kaidah syariah. Oleh sebab itu munculah produk KPR berdasarkan prinsip syariah.

Menurut Witherington (1999) dalam (Purwanto, 1998) minat merupakan kesadaran seseorang dalam suatu objek atau situasi yang bersangkutan dengan hal tersebut, penelitian (Panghayo & Musdhalifah, 2018) menyatakan bahwa masyarakat dengan pengetahuan keuangan semakin baik maka pengelolaan dalam kehidupannya juga baik begitupun dengan pengetahuan atau informasi mengenai seseorang atau seseorang mengharuskan terlebih dulu ada minat objek tersebut. Minat masyarakat terhadap KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) pada terbentuk dari beberapa proses yakni: Adanya alasan untuk menggunakan KPR Syariah tersebut, alasannya juga beragam, seperti faktor kepercayaan agama, angsuran yang flat dan proses administrasi yang cukup mudah, menilai beberapa faktor yang mempengaruhi alasan untuk menggunakan KPR Syariah tersebut seperti bertanya pada beberapa nasabah yang lebih dulu menggunakan KPR Syariah dan juga mencari informasi guna mendapatkan jawaban tentang sesuatu yang ingin diketahui dari KPR Syariah, mendapatkan alasan yang cukup memuaskan untuk menggunakan KPR Syariah.

Penilaian oleh konsumen disebut dengan preferensi. Preferensi adalah self defining yaitu kecondongan memilih produk yang lebih disukai daripada yang tidak disukai. Preferensi merupakan bagian dari pengambilan keputusan nasabah (Koranti et al., 2017). Dalam teori perilaku konsumen, preferensi berjalanan dengan konsep utilitas. Utilitas adalah tingkat kepuasan konsumen yang didapatkan dari produk-produk yang dikonsumsi. Faktor-faktor yang membuat seseorang memilih suatu produk didasarkan pada kepuasan konsumen terhadap konsumsi produk tersebut.

Preferensi adalah faktor yang paling utama dalam menentukan apakah bank tersebut akan diterima atau tidak secara baik oleh masyarakat itu sendiri dalam hal penggunaannya.

Preferensi berasal dari kata prefer yang artinya adalah kecenderungan atau kesukaan seseorang untuk memilih sesuatu. Penilaian terhadap produk atau jasa menggambarkan sikap konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa. Alasan utama nasabah memutuskan untuk memilih produk bank syariah dipengaruhi oleh faktor internal muslim, salah satunya adalah tingkat kualitas keagamaan seorang muslim. Dimana ketaatan orang terhadap agama akan selalu meninjau dari segala sesuatunya berdasarkan ajaran agama termasuk dalam pembelian suatu produk. Kesadaran bunga itu haram, bank syariah tidak mengenakan denda, denda keterlambatan rendah juga menjadi alasan mengapa nasabah memilih KPR Syariah. Pembiayaan atau Penyaluran dana (lending) dalam BMT dapat diaplikasikan dalam bentuk akad atau perjanjian, diantaranya yaitu akad jual beli (murabahah, salam, istishna), akad yang digunakan dalam prinsip jual beli adalah (mudharabah dan musyarakah), akad dengan system sewa menyewa adalah (ijarah), akad dengan system tabbaru' (qardh) dan lain sebagainya (Elvina Karomatan Naja, 2024)

Harga merupakan salah satu faktor yang cukup mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan atau memiliki suatu barang yang dianggap sesuai dengan kebutuhan. Jika harga produk yang ditawarkan oleh lembaga perbankan syariah yang ada terjangkau oleh lapisan masyarakat maka dapat dikatakan masyarakat akan menggunakan produk tersebut dan tentunya disesuaikan dengan harga yang ada sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan (Dina, 2014).

Kota Jambi merupakan wilayah dengan mayoritas penduduk beragama Islam yang menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap prinsip syariah, termasuk dalam sektor pembiayaan perumahan. Salah satu bank yang aktif menyediakan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) berbasis syariah adalah Bank BTN Syariah. Bank ini memiliki program pembiayaan rumah dengan menggunakan akad murabahah sebagai salah satu skema utama dalam pelayanannya. Selain bank umum syariah, Unit Usaha Syariah (UUS) juga berperan penting dalam menyediakan layanan keuangan berbasis syariah kepada masyarakat. UUS merupakan unit dari bank konvensional yang menyelenggarakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, dan beroperasi secara terpisah dari induk konvensional. Salah satu contoh UUS yang aktif di Kota Jambi adalah BTN Syariah, yang merupakan unit usaha syariah dari PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Keberadaan UUS ini menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat Muslim yang ingin mengakses produk pembiayaan rumah tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah.

Peran UUS sangat strategis karena menjembatani kebutuhan masyarakat yang ingin bertransaksi secara syariah, namun masih terbatasnya akses terhadap bank umum syariah. Dalam konteks penelitian ini, fokus diarahkan pada UUS BTN Syariah sebagai penyedia produk KPR berbasis akad murabahah, yang telah memiliki sistem dan pelayanan tersendiri yang mendukung prinsip syariah secara operasional. Bank BTN Syariah dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu institusi yang secara konsisten menerapkan akad murabahah dalam produk KPR-nya, serta memiliki jaringan pelayanan luas dan fasilitas yang memadai bagi masyarakat

menengah ke bawah.

**Tabel 1.1**

**Daftar Jumlah Debitur Bank Syariah di Kota Jambi Tahun 2023**

No	Nama Bank	Jumlah Debitur
1	Bank Syariah Indonesia, tbk	329
2	Bank BTN Syariah	389
3	Bank Muamalat Indonesia	148
	Total	866

Sumber : Survey Peneliti (2024)

Berdasarkan dari data pada table terlihat bahwa perbankan tersebut memperlihatkan kecenderungan positif untuk KPR Syariah. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti di Bank BTN Syariah Cabang Jambi, diketahui bahwa minat masyarakat terhadap produk KPR Syariah berbasis akad murabahah menunjukkan tren peningkatan. Dalam kurun waktu tiga bulan terakhir pada tahun 2024, tercatat rata-rata 25–30 pengajuan pembiayaan masuk setiap bulannya, khususnya dari masyarakat berpenghasilan menengah yang ingin mendapatkan rumah dengan pembiayaan yang sesuai prinsip syariah. Namun, tidak semua pengajuan pembiayaan dapat diterima sepenuhnya. Berdasarkan wawancara dengan petugas Account Officer (AO) di BTN Syariah Jambi, hanya sekitar 70–80% pengajuan yang lolos hingga tahap akad, disebabkan oleh kelengkapan dokumen dan penilaian kemampuan bayar.

Selain karena faktor keagamaan, masyarakat juga menunjukkan minat terhadap BTN Syariah karena adanya cicilan tetap (fixed rate) tanpa bunga dan proses pembiayaan yang transparan. Bahkan sebagian nasabah yang sebelumnya menggunakan KPR di bank konvensional beralih ke BTN Syariah karena alasan kehalalan transaksi dan kepastian margin yang tidak berubah sepanjang masa angsuran. BTN Syariah juga dikenal sebagai salah satu pelaksana Program FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan) dari pemerintah yang sangat membantu masyarakat berpenghasilan rendah untuk mendapatkan rumah dengan skema subsidi syariah. Dalam konteks ini, masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam telah menyadari masyarakat Indonesia akan perlunya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari baik dalam menjalankan perekonomian biasa meskipun dalam bidang perbankan. Maka dari itu masyarakat mulai mencari dan menggunakan produk-produk syariah yang dapat dimanfaatkan salah satunya produk unggulan yang sedang disukai banyak masyarakat saat ini adalah KPR (Wardianti, 2019).

Beberapa nasabah yang lebih menunjukkan minatnya pada pembiayaan murabahah khususnya pada KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) dikarenakan menurut sebagian pendapat nasabah bahwasannya akad murabahah memiliki resiko yang sangat sedikit jika dibanding dengan akad lainnya yang terdapat pada perbankan syariah. (Adi, 2013). Akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan

menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Akad murabahah digunakan dalam pembiayaan KPR karena merupakan akad jual-beli. Berdasarkan fenomena yang ada peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian tentang keberhasilan usaha.

Dari latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Minat dan Tingkat Harga Terhadap Preferensi Masyarakat Muslim yang Akan Menggunakan Akad Murabahah Pada KPR Bank Syariah di Kota Jambi”.

## **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan jenis data yang dihasilkan dalam penelitian ini berupa data interval karena skala pengukuran yang digunakan ialah skala Likert. Menurut (Sugiyono: 2016; 13) data interval adalah data kuantitatif kontinu yang jaraknya sama, tetapi tidak memiliki nilai nol absolut. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijabarkan menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan. Sumber data ialah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder dengan Populasi penelitian ini adalah 412.850 penduduk Kota Jambi yang beragama Islam yang termasuk dalam kategori usia produktif (BPS, 2023). Maka Metode analisis dalam penelitian ini adalah teknik analisa data kuantitatif, yaitu analisa Teknik analisa data yang digunakan yang digunakan untuk menguji hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yaitu dengan menggunakan instrument skala Likert, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **5.1 Deskripsi Responden**

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi identitas diri yang terdiri dari Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir, dan Pekerjaan. Hasil analisis tersebut disajikan pada tabel-tabel dan kesimpulan berikut ini.

#### **5.1.1 Jenis Kelamin**

Hasil frekuensi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin penduduk Kota Jambi yang beragama islam ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 5.1**

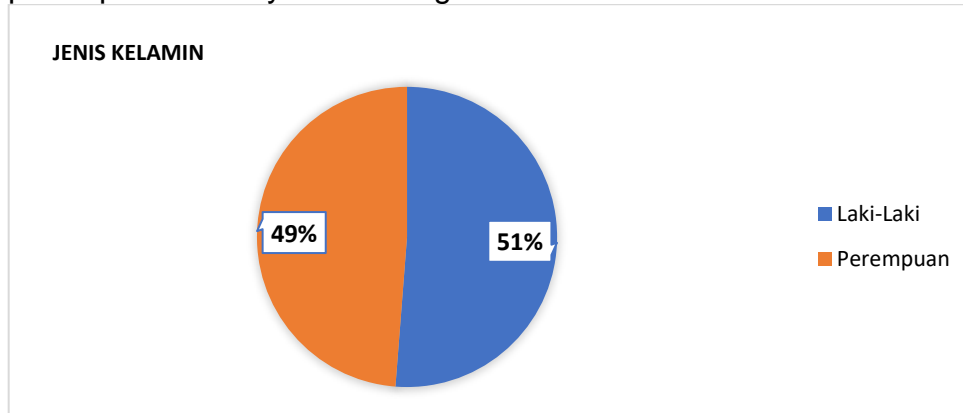
**Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	104	51
2	Perempuan	99	49
	<b>Jumlah</b>	<b>203</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel di atas terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis

kelamin dominan kepada laki-laki. Responden dengan berjenis kelamin laki-laki berjumlah 104 orang, lebih banyak daripada responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 99 orang.



**Gambar 5. 1 Jenis Kelamin Responden**

Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan. Terlihat bahwa persentase responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 51%, lebih besar daripada responden berjenis kelamin perempuan.

### 5.1.2 Usia Responden

Hasil frekuensi jawaban responden berdasarkan usia penduduk Kota Jambi yang beragama islam ditunjukkan pada tabel berikut:

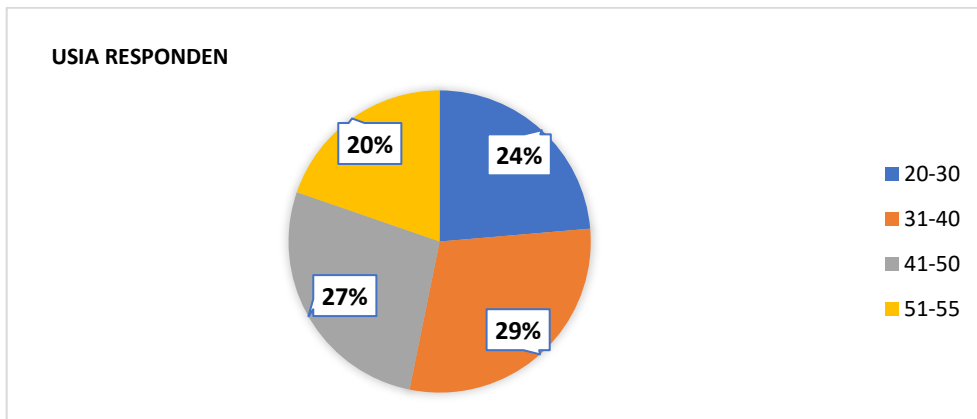
**Tabel 5.2**

**Jumlah Responden Berdasarkan Usia Responden**

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20-30	48	24
2	31-40	60	29
3	41-50	55	27
4	51-55	40	20
	<b>Jumlah</b>	<b>203</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel di atas terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia dominan kepada usia 31-40 tahun. Responden dengan berusia 31-40 tahun berjumlah 60 orang, lebih banyak daripada responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 55 orang, dan responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 48 orang.



**Gambar 5. 2** Usia Responden

Hal ini menunjukkan bahwa usia 31-40 lebih dominan. Terlihat bahwa persentase responden berusia 31-40 tahun lebih dominan yaitu sebesar 29%.

**5.1.3 Jenjang Pendidikan Terakhir**

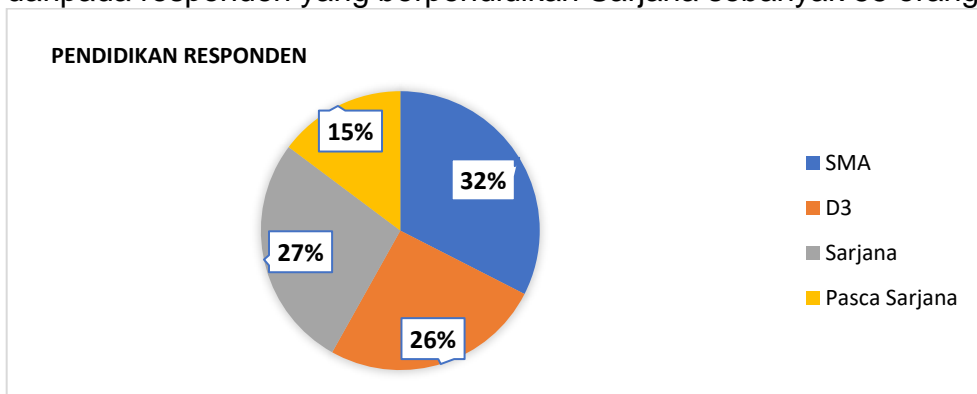
Hasil frekuensi jawaban responden berdasarkan pendidikan penduduk Kota Jambi yang beragama islam ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 5.3**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SMA	66	33
2	D3	52	26
3	Sarjana	55	27
4	Pasca Sarjana	30	15
<b>Jumlah</b>		<b>203</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel di atas terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan Responden dominan kepada responden yang berpendidikan SMA. Responden yang berpendidikan Sarjana berjumlah 66 orang lebih banyak daripada responden yang berpendidikan Sarjana sebanyak 55 orang.



### Gambar 5.3 Pendidikan Responden

Hal ini menunjukkan yang lebih dominan adalah yang berpendidikan Sarjana. Terlihat bahwa persentase responden yang berpendidikan SMA sebesar 33%.

### 5.2 Indeks Jawaban Responden

Berikut adalah hasil analisis yang diperoleh dari 203 orang responden yang telah didata dengan cara penyebaran kuesioner:

#### 5.2.1 Deskripsi Variabel Minat

Dalam penelitian ini, Minat dibagi menjadi 6 pernyataan. Untuk mengetahui kategori tanggapan responden terhadap pernyataan yang diberikan maka ditentukan rentang skor.

**Tabel 5.4**

**Tabel Pernyataan Responden terhadap variabel Minat**

NO	MINAT	Total Skor	Kategori
1	Saya tertarik untuk menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah di Kota Jambi karena saya percaya pada kinerja bank Syariah	563	Sedang
2	Saya tertarik menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah di Kota Jambi merupakan bank yang menerapkan sistem syariah	615	Sedang
3	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena adanya diskusi tentang bank syariah di lingkungan rumah saya	649	Sedang
4	Saya selalu memperhatikan nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah	414	Rendah
5	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena saya mengetahui bahwa bank syariah adalah bank islam	770	Tinggi
6	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena saya mengetahui tentang perbedaan sistem bunga dan bagi hasil	617	Sedang
	<b>Rata-Rata</b>	<b>605</b>	<b>Sedang</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel di atas terlihat rata-rata skor untuk variabel Minat adalah 605 hal ini menunjukkan bahwa variabel Minat pada rentang 527,9 – 690,2 yang menunjukkan bahwa Minat berada dalam kategori sedang, yang berarti minat responden dengan kategori sedang.

#### 5.2.2. Deskripsi Variabel Tingkat Harga

Dalam penelitian ini, Tingkat Harga dibagi menjadi 8 pernyataan. Untuk mengetahui kategori tanggapan responden terhadap pernyataan yang diberikan maka ditentukan rentang skor.

**Tabel 5.5**

**Tabel Pernyataan Responden terhadap variabel Tingkat Harga**

NO	TINGKAT HARGA	Total Skor	Kategori
1	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena harga nya lebih terjangkau dengan fasilitas memadai	774	Tinggi
2	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena harga lebih murah dibandingkan bank non syariah	726	Tinggi
3	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena harganya sesuai dengan daya beli Masyarakat	649	Sedang
4	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena Harga yang ditawarkan memiliki daya saing dengan dengan harga yang ditawarkan bank non syariah	764	Tinggi
5	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena lebih ada keuntungan harga akad syariah dibanding non syariah	726	Tinggi
6	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena sesuai dengan manfaat yang ada pada rumah	646	Sedang
7	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena sesuai dengan kualitas rumah	639	Sedang
8	Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena harga memenuhi standar fasilitas rumah	647	Sedang
	<b>Rata-Rata</b>	<b>696</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel di atas terlihat rata-rata skor untuk variabel Tingkat Harga adalah 696 hal ini menunjukkan bahwa variabel Tingkat Harga pada rentang 690,3 – 852,6 yang menunjukkan bahwa Tingkat Harga berada dalam kategori tinggi.

**5.2.3 Deskripsi Variabel Preferensi**

Dalam penelitian ini, Preferensi dibagi menjadi 6 pernyataan. Untuk mengetahui kategori tanggapan responden terhadap pernyataan yang diberikan maka ditentukan rentang skor.

**Tabel 5.6**

**Tabel Pernyataan Responden terhadap variabel Preferensi**

NO	PREFERENSI	Total Skor	Kategori
1	Saya memilih menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena budaya dalam keluarga lebih yang agamis	657	Sedang
2	Saya memilih menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena rekan dan saudara merekomendasikan kepada saya	660	Sedang
3	Saya memilih menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena saya sendiri lebih menyukai produk bank syariah	631	Sedang

4	Saya memilih menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena saya ingin menjauhi riba	753	Tinggi
5	Saya memilih menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena saya mengetahui keuntungan bank syariah	655	Sedang
6	Saya memilih menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena saya memahami kerugian dan keuntungan bank syariah	684	Sedang
	<b>Rata-Rata</b>	<b>673</b>	<b>Sedang</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel di atas terlihat rata-rata skor untuk variabel Preferensi adalah 670 hal ini menunjukkan bahwa variabel Preferensi pada rentang 527,9 – 690,2 yang menunjukkan bahwa Preferensi berada dalam kategori sedang.

### 5.3 Pengujian Validitas

Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada penduduk Kota Jambi yang beragama islam sebanyak 203 orang. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel, *r* hitung terlihat pada *output Cronbach Alpha* kolom *Correlated Item-Total Correlated*, sedangkan untuk melihat *r* tabel dengan *degree of freedom* (*df*) = *n* - *k*, dalam hal ini *n* adalah jumlah sampel dan *k* adalah jumlah variabel, serta arah penelitian sesuai hipotesis adalah penelitian dua arah. Uji coba penelitian ini menggunakan jumlah sampel (*n*)= 203 (*k*)=3 dan besarnya *df* dapat dihitung  $203 - 3 = 200$  dengan *df*=200 dan  $\alpha = 0,05$  didapat *r* tabel= 0,1381. jika *r* hitung lebih besar dari *r* tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Berikut hasil yang diperoleh :

**Tabel 5.7**

**Uji Validitas Variabel Minat (X1)**

Variabel	r tabel	r hitung	Sig	Keterangan	Keputusan
X1.1	0,1381	0,722	0,000	$r_{hitung} > r_{tabel}$ , $sig < 0,05$	VALID
X1.2	0,1381	0,770	0,000	$r_{hitung} > r_{tabel}$ , $sig < 0,05$	VALID
X1.3	0,1381	0,543	0,000	$r_{hitung} > r_{tabel}$ , $sig < 0,05$	VALID
X1.4	0,1381	0,401	0,000	$r_{hitung} > r_{tabel}$ , $sig < 0,05$	VALID
X1.5	0,1381	0,395	0,000	$r_{hitung} > r_{tabel}$ , $sig < 0,05$	VALID
X1.6	0,1381	0,697	0,000	$r_{hitung} > r_{tabel}$ , $sig < 0,05$	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan memiliki *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, dengan signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian seluruh pernyataan variabel sah untuk dijadikan penelitian.

**Tabel 5.8**

**Uji Validitas Variabel Tingkat Harga (X2)**

Variabel	r tabel	r hitung	Sig	Keterangan	Keputusan
X2.1	0,1381	0,558	0,000	$r_{hitung} > r_{tabel}$ , $sig < 0,05$	VALID

X2.2	0,1381	0,644	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
X2.3	0,1381	0,473	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
X2.4	0,1381	0,558	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
X2.5	0,1381	0,418	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
X2.6	0,1381	0,532	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
X2.7	0,1381	0,429	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
X2.8	0,1381	0,523	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari rtabel, dengan signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian seluruh pernyataan variabel sah untuk dijadikan penelitian.

**Tabel 5.9**  
**Uji Validitas Variabel Preferensi (Y)**

Variabel	r tabel	r hitung	Sig	Keterangan	Keputusan
Y1	0,1381	0,686	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
Y2	0,1381	0,620	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
Y3	0,1381	0,678	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
Y4	0,1381	0,405	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
Y5	0,1381	0,612	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID
Y6	0,1381	0,488	0,000	rhitung>rtabel, sig<0,05	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari rtabel, dengan signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian seluruh pernyataan variabel sah untuk dijadikan penelitian.

**5.4 Pengujian Realibilitas**

Pengujian keandalan, juga disebut tes "kemudahan", menunjukkan seberapa konsisten metode pengukuran menghasilkan hasil yang sama ketika diterapkan pada materi pelajaran yang sama. Uji reliabilitas menggunakan ukuran statistik Cronbach alpha yang diimplementasikan dalam SPSS. Hasil uji realisme meliputi:

**Tabel 5.10**  
**Uji Reliabilitas**  
*Reliability Statistics*

Variable	Cronbach's Alpha	N of Items
Minat	.635	8
Tingkat Harga	.608	6
Preferensi	.608	6

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* seluruh kuesioner

pada penelitian ini bisa dikatakan reliabel atau handal karena berada di atas 0,6.

## 5.5 Uji Asumsi Klasik

### 5.5.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel yang menyebabkan masalah dalam model regresi, yang dikenal sebagai variabel disruptif atau variabel residual, mengikuti distribusi normal. Idealnya, distribusi model regresi yang layak akan normal atau sangat mendekati normal. Tes kolmogorov-Smirnov dapat digunakan untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak. Berikut adalah contoh uji normalitas:

**Tabel 5.11**

#### Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		203
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,84690460
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,046
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

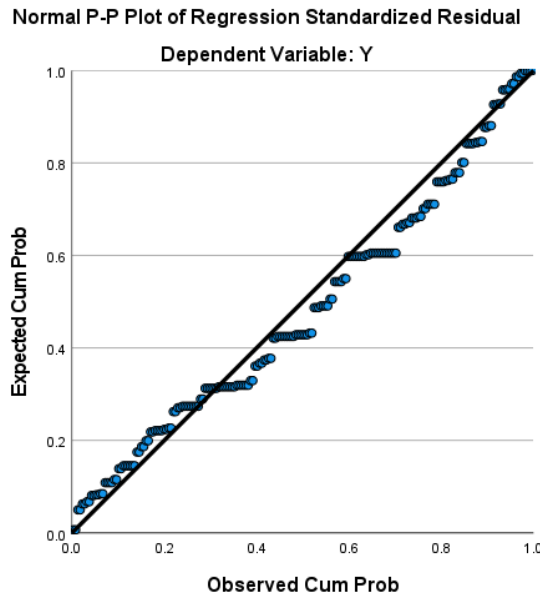
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: *Output SPSS* yang diolah

Hasil dari signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed), normal. Karena Sig (0,200) lebih besar dari alfa (0,05), kita dapat menyimpulkan bahwa H0 diterima, dan bahwa sisa distribusi mengikuti distribusi normal (yaitu, asumsi normalitas terpenuhi).



**Gambar 5.4 Uji Normalitas**

Dari gambar di atas terlihat bahwa titik-titik mengikuti garis lurus sehingga dapat diasumsikan data berdistribusi normal.

**5.2.2 Uji Multikolinieritas**

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengkaji kemungkinan korelasi yang berlebihan atau sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Variabel independen dalam model regresi yang layak seharusnya tidak terkait satu sama lain. Nilai korelasi variabel independen dapat digunakan untuk menguji multikolinieritas antar variabel.

**Tabel 5.12**

**Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.949	1.853		4.828	.000		
	X1	.052	.066	.052	.778	.438	.938	1.066
	X2	.366	.064	.385	5.749	.000	.938	1.066

a. Dependent Variable: Y

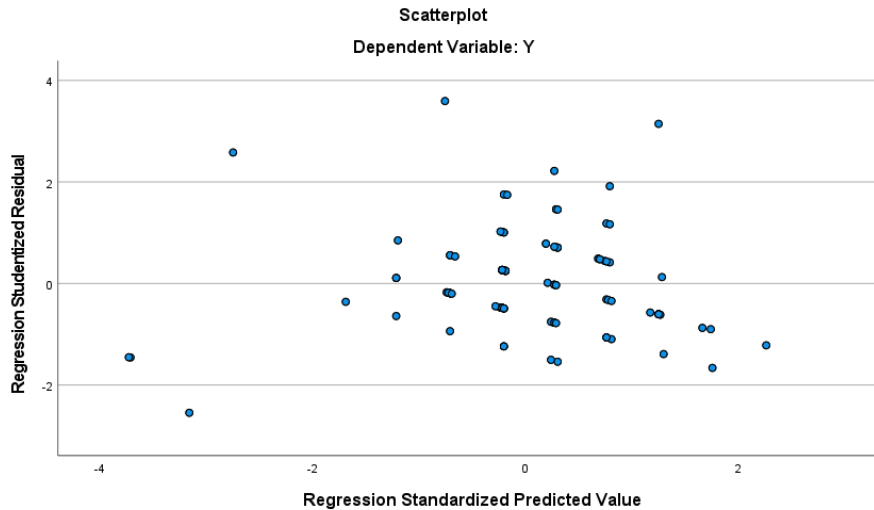
Sumber: *Output SPSS* yang diolah

Nilai toleransi untuk multikolinieritas ditemukan > 0,10, dan nilai VIF < 10, menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam analisis regresi.

**5.5.3 Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah residu dari satu pengamatan memiliki varians yang berbeda dengan residu pengamatan lain dalam model regresi. Homoskedastisitas mengacu pada situasi

di mana varians residual antara dua pengamatan adalah sama, sedangkan heteroskedastisitas menggambarkan situasi ketika varians residual antara dua pengamatan berbeda. Homoskedastisitas adalah model yang sangat baik untuk regresi. Memeriksa scatterplot antara nilai standar (ZPRED) dan residual studentized (SRESID) adalah salah satu cara untuk memeriksa heteroskedastisitas.



**Gambar 5.5 Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: *Output SPSS yang diolah*

Memeriksa grafik scatterplot antara nilai *standardized* (ZPRED) dan *studentized residual* (SRESID) tidak menunjukkan pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas maupun di bawah 0 pada sumbu Y menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**5.6 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas Minat ( $X_1$ ) dan Tingkat Harga ( $X_2$ ) terhadap Preferensi (Y). Berdasarkan perhitungan melalui komputer dengan menggunakan program SPSS release 25.00 diperoleh hasil regresi sebagai berikut.

**Tabel 5.13**  
**Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.949	1.853		4.828	.000		
	X1	.052	.066	.052	.778	.438	.938	1.066
	X2	.366	.064	.385	5.749	.000	.938	1.066

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS, 2024

Dari hasil analisis dengan program SPSS tersebut, maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk. Adapun persamaan regresi linier yang terbentuk adalah :

$$Y = 8,949 + 0,052X_1 + 0,366X_2$$

- Nilai konstanta bernilai positif, hal ini berarti bahwa Preferensi (Y) akan sebesar 8,949 jika Minat (X<sub>1</sub>) dan Tingkat Harga (X<sub>2</sub>) sama dengan nol.
- Variabel Minat (X<sub>1</sub>) mempunyai pengaruh positif terhadap Preferensi, dengan koefisien regresi sebesar 0,052.
- Variabel Tingkat Harga (X<sub>2</sub>) mempunyai pengaruh positif terhadap Preferensi, dengan koefisien regresi sebesar 0,366.

## 5.7 Uji Hipotesis

### 5.7.1 Uji Simultan (F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas dalam model regresi memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan uji F ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 5.14**

#### Uji Simultan (F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.104	2	60.052	19.127	.000 <sup>b</sup>
	Residual	627.925	200	3.140		
	Total	748.030	202			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel 5.14 hasil perhitungan nilai Sig 0,000 < dari 0,05 dan Fhitung (19,127) > dari Ftabel 3,04) maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Minat (X<sub>1</sub>) dan Tingkat Harga (X<sub>2</sub>) terhadap Preferensi (Y) secara simultan atau bersama-sama.

### 5.7.2 Uji Statistik t

Pada pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan uji t yang dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable Minat (X<sub>1</sub>) dan Tingkat Harga (X<sub>2</sub>) terhadap Preferensi (Y). Adapun hasil perhitungan pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 5.15**

#### Uji Statistik t

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.949	1.853		4.828	.000		
	X1	.052	.066	.052	.778	.438	.938	1.066
	X2	.366	.064	.385	5.749	.000	.938	1.066
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel 5.15, berdasarkan hasil uji t pada variabel Minat ( $X_1$ ) didapat nilai signifikansi sebesar 0,438 yang dimana nilai *P-value* besar dari 0,05 dan nilai t hitung  $0,778 < 1.9719$ . Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Minat ( $X_1$ ) terhadap Preferensi (Y).

Pada variabel Tingkat Harga ( $X_2$ ) didapat nilai signifikansi sebesar 0,000 yang dimana nilai *P-value* kecil dari 0,05 dan nilai t hitung  $5,749 > 1.9719$ . Hal ini ada pengaruh yang signifikan antara Tingkat Harga ( $X_2$ ) terhadap Preferensi (Y).

### 5.7.3 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (*R Square*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Semakin besar  $R^2$  suatu variabel independent menunjukkan semakin dominannya pengaruh terhadap variabel dependennya.

**Tabel 5.16**

#### Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.401 <sup>a</sup>	.161	.152		1.77190	1.547

a. Predictors: (Constant),  $X_2$ ,  $X_1$

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel responden. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *adjusted R square* ( $R^2$ ) menjelaskan besarnya persentase pengaruh antara Minat ( $X_1$ ) dan Tingkat Harga ( $X_2$ ) terhadap Preferensi (Y) yaitu sebesar 0,152 yang berarti bahwa pengaruh Minat ( $X_1$ ) dan Tingkat Harga ( $X_2$ ) terhadap Preferensi (Y) yaitu sebesar 15,2%, sementara sisanya sebesar 84,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## 5.8 Pembahasan

### 5.8.1 Gambaran Minat, Tingkat Harga, dan Preferensi Masyarakat Muslim yang Akan Menggunakan Akad Murabahah Pada KPR Bank Syariah di Kota Jambi

Minat dibagi menjadi 6 pernyataan dengan rata-rata skor yang diperoleh untuk variabel Minat adalah 605, hal ini menunjukkan bahwa variabel Minat pada rentang 527,9 – 690,2 yang menunjukkan bahwa Minat berada dalam kategori sedang dengan pernyataan tertinggi yaitu “Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena saya mengetahui bahwa bank syariah adalah bank islam”. Masyarakat Muslim di Kota Jambi menunjukkan minat yang sedang-sedang saja terhadap produk pembiayaan rumah dengan akad murabahah yang ditawarkan oleh bank syariah. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah nasabah dalam lima tahun terakhir yang memilih KPR syariah karena alasan kehalalan transaksi, transparansi akad, dan kemudahan prosedur administrasi. Minat ini

juga dipengaruhi oleh kampanye literasi keuangan syariah yang semakin masif.

Tingkat Harga dibagi menjadi 8 pernyataan dengan rata-rata skor yang diperoleh untuk variabel Tingkat Harga adalah 696 hal ini menunjukkan bahwa variabel Tingkat Harga pada rentang 690,3 – 852,6 yang menunjukkan bahwa Tingkat Harga berada dalam kategori tinggi dengan pernyataan tertinggi yaitu “Saya menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena harganya lebih terjangkau dengan fasilitas memadai”. Tingkat harga atau *margin* keuntungan dalam akad murabahah umumnya dianggap lebih tinggi dibandingkan suku bunga bank konvensional, namun masyarakat cenderung tetap menerimanya karena angsuran bersifat tetap (*fixed rate*) selama masa tenor. Meski demikian, beberapa kalangan menilai margin yang ditetapkan belum sepenuhnya kompetitif, terutama jika dibandingkan dengan KPR konvensional yang memberikan promo bunga rendah pada awal masa kredit. Ini dapat mempengaruhi persepsi sebagian masyarakat terhadap keterjangkauan KPR syariah.

Preferensi dibagi menjadi 6 pernyataan dengan rata-rata skor yang diperoleh untuk variabel Preferensi adalah 670 hal ini menunjukkan bahwa variabel Preferensi pada rentang 527,9 – 690,2 yang menunjukkan bahwa Preferensi berada dalam kategori sedang dengan pernyataan tertinggi yaitu “Saya memilih menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah karena saya ingin menjauhi riba”. Preferensi masyarakat Muslim Kota Jambi terhadap penggunaan akad murabahah dalam KPR bank syariah tergolong sedang, sebagian dilatarbelakangi oleh kesadaran keagamaan yang kuat untuk menghindari praktik riba. Banyak masyarakat menyatakan bahwa mereka memilih produk KPR syariah bukan semata karena pertimbangan ekonomis, tetapi karena keyakinan bahwa pembiayaan syariah lebih sesuai dengan prinsip Islam yang melarang riba (bunga). Fenomena ini terlihat dari hasil wawancara dan survei yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih akad murabahah karena tidak ingin terlibat dalam transaksi yang mengandung unsur riba, seperti yang lazim terjadi dalam KPR konvensional. Kepercayaan terhadap sistem syariah sebagai sistem yang adil, transparan, dan tidak merugikan salah satu pihak menjadi dasar utama dalam membentuk preferensi. Masyarakat juga merasa lebih tenang secara spiritual ketika menggunakan akad murabahah karena adanya akad jual beli yang jelas dan tidak mengandung unsur spekulatif (*gharar*). Bahkan, sekalipun margin KPR syariah sedikit lebih tinggi dibanding KPR konvensional, masyarakat tetap memilihnya demi menjaga prinsip halal dalam kepemilikan rumah. *Murābahah* merupakan salah satu dari bentuk jual-beli, sehingga pada dasarnya ia mengikuti rukun dan syarat jual-beli biasa. Namun ia mempunyai syarat-syarat khusus, syarat-syarat tersebutlah yang membedakan jual-beli biasa dengan *murābahah*. Para ulama sepakat bahwa *murābahah* adalah salah satu bentuk jual beli yang dibolehkan karena keumuman ayat, “Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”.

#### **5.8.2 Pengaruh Minat Terhadap Preferensi Masyarakat Muslim yang Akan Menggunakan Akad Murabahah Pada KPR Bank Syariah di Kota Jambi Secara Parsial**

Menjawab hipotesis pertama, diperoleh bahwa variabel Minat ( $X_1$ ) tidak

berpengaruh signifikan terhadap Preferensi (Y), hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi sebesar 0,804 yang dimana nilai *P-value* besar dari 0,05 dan nilai *t* hitung  $0,248 < 1,990$ . Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Minat ( $X_1$ ) terhadap Preferensi (Y). Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Minat ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Minat ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Preferensi (Y) ditolak.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handini (2019) yang menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan produk KPR dengan akad murabahah di BRI Syariah KCP Metro dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, lalu Penelitian oleh Safira et al. (2023) yang mengungkapkan bahwa meskipun siswa memiliki kesadaran akan manfaat membaca yang tinggi, minat baca terhadap buku teks dan buku digital tetap rendah. Hal ini menunjukkan bahwa minat tidak selalu berbanding lurus dengan preferensi atau perilaku membaca siswa. Penelitian oleh Sukiyarningsih et al. (2025) menemukan bahwa penurunan minat calon mahasiswa terhadap program studi D3 Akuntansi tidak selalu berkaitan dengan preferensi atau keputusan mereka dalam memilih program studi tersebut.

Minat masyarakat mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan beberapa motif yang mendasari diantaranya karena mudah dalam pencairan, marginya kecil, pelayanan yang memuaskan serta lokasi bank yang dekat. Rasa kepuasan nasabah setelah melakukan transaksi khususnya pada produk KPR menggunakan akad murabahah juga mempengaruhi minat nasabah. Dalam ayat Surah An Nisa:29, Allah melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan cara yang *bathil*, yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak dibenarkan, tidak sesuai syariat islam. Seperti Riba, Judi, dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya.

### **5.8.3 Pengaruh Tingkat Harga Terhadap Preferensi Masyarakat Muslim yang Akan Menggunakan Akad Murabahah Pada KPR Bank Syariah di Kota Jambi Secara Parsial**

Hipotesis kedua diperoleh bahwa variabel tingkat harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap preferensi (Y), didapat nilai signifikansi sebesar 0,000 yang dimana nilai *P-value* kecil dari 0,05 dan nilai *t* hitung  $8,061 > 1,664$ . Hal ini ada pengaruh yang signifikan antara Tingkat Harga ( $X_2$ ) terhadap Preferensi (Y). Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Tingkat Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Preferensi (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Variabel Tingkat Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Preferensi (Y) diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Daichi (2023) bahwa Tingkat Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Preferensi nasabah dalam menggunakan produk kredit pemilikan rumah syariah, serta penelitian Sulistiani (2023) yang menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Preferensi generasi milenial pada bank syariah. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan perusahaan. Harga juga merupakan komponen bauran pemasaran yang dapat

menghasilkan pendapatan. Harga dapat berubah dengan cepat dan fleksibel. Harga dapat menunjukkan keuntungan atau kelebihan dari memiliki produk atau jasa tersebut. Harga dapat mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Salah satu kelebihan utama KPR Syariah adalah transparansi total biaya dan pembayaran, dan Tingkat harga yang menguntungkan nasabah ini menarik peminat nasabah dan dilandasi kemauan sendiri karena melihat keuntungan dari KPR Syariah. Dalam Hadits HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "*Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.*" Prinsip ini atas dasar keridhaan yang menunjukkan bahwa semua bentuk transaksi yang dilaksanakan berdasarkan rasa suka sama suka maka itu diperbolehkan selagi tidak terdapat larangan dari Allah dan Rasul-Nya, namun jika bertentangan dengan larangan dari Allah dan Rasul-Nya meskipun dilaksanakan atas dasar suka sama suka maka itu jelas terlarang.

#### **5.8.4 Pengaruh Minat dan Tingkat Harga Terhadap Preferensi Masyarakat Muslim yang Akan Menggunakan Akad Murabahah Pada KPR Bank Syariah di Kota Jambi Secara Simultan**

Hipotesis ketiga, dapat disimpulkan minat (X1) dan tingkat harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Preferensi (Y) masyarakat muslim menggunakan akad murabahah pada KPR Bank Syariah di Kota Jambi secara simultan dibuktikan perhitungan nilai Sig  $0,000 < \text{dari } 0,05$  dan Fhitung (35,198)  $> \text{dari } F_{\text{tabel } 2,720}$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel bebas Minat dan Tingkat Harga berpengaruh signifikan terhadap Preferensi secara simultan atau bersama-sama. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Minat dan Tingkat Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap terhadap Preferensi, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Dimensi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik harga yang ditawarkan oleh Bank Syariah, maka nilai nasabah akan meningkatkan dan semakin meningkatnya nilai nasabah maka akan meningkatkan preferensi nasabah. Berdasarkan analisis faktor konfirmatori dapat dijelaskan bahwa kontribusi indikator pada dimensi harga sebagai pengukur variabel preferensi bagi nasabah adalah indikator sistem bagi hasil sesuai syariah yang lebih mendominasi sebagai pengukur preferensi nasabah dibandingkan indikator lainnya. Jadi variabel preferensi nasabah dipengaruhi oleh variabel dimensi harga bagi nasabah terutama oleh indikator sistem bagi hasil sesuai syariah.

Dalam Alquran Surat Al-Baqarah Ayat 275 Allah berfirman "*Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) gila.*" Menurut tafsir Ibnu Katsir, orang-orang yang memakan harta riba mereka tidak dapat berdiri dari kuburan mereka pada hari kiamat kelak kecuali seperti berdirinya orang gila pada saat mengamuk dan kerasukan syaitan. Yaitu mereka berdiri dengan posisi yang tidak sewajarnya.

## **KESIMPULAN**

1. Masyarakat Muslim di Kota Jambi menunjukkan minat yang sedang-sedang saja terhadap produk pembiayaan rumah dengan akad murabahah yang ditawarkan oleh bank syariah. Tingkat harga atau margin keuntungan dalam akad murabahah umumnya dianggap lebih tinggi dibandingkan suku bunga bank konvensional, namun masyarakat cenderung tetap menerimanya karena angsuran bersifat tetap (*fixed rate*) selama masa tenor. Preferensi masyarakat Muslim Kota Jambi terhadap penggunaan akad murabahah dalam KPR bank syariah tergolong sedang, sebagian dilatarbelakangi oleh kesadaran keagamaan yang kuat untuk menghindari praktik riba, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai menyadari pentingnya pembiayaan berbasis syariah, tetapi belum sepenuhnya menjadikannya sebagai pilihan utama. Masih ada berbagai faktor yang membuat sebagian besar masyarakat ragu untuk beralih ke KPR Syariah, seperti pemahaman yang terbatas, kebiasaan menggunakan layanan bank konvensional, dan minimnya sosialisasi yang menarik dari pihak bank syariah itu sendiri.
2. Tingkat harga memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam memilih akad Murabahah. Masyarakat cenderung lebih mempertimbangkan stabilitas cicilan dan keterjangkauan harga dibandingkan faktor lainnya. Harga rumah yang semakin tinggi membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih skema pembiayaan, dan mereka lebih tertarik pada sistem yang menawarkan kepastian cicilan tetap serta transparansi biaya—dua hal yang menjadi keunggulan akad Murabahah.
3. Minat tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi. Meski kesadaran terhadap keuangan syariah mulai meningkat, penelitian ini menunjukkan bahwa minat saja tidak cukup untuk mendorong masyarakat beralih ke KPR Syariah. Banyak masyarakat yang memiliki minat, tetapi akhirnya tetap memilih KPR konvensional karena faktor lain seperti persyaratan administrasi yang lebih mudah, proses pencairan yang lebih cepat, serta kebiasaan yang sudah lama terbentuk dalam sistem perbankan konvensional. Ini menjadi tantangan bagi bank syariah untuk lebih proaktif dalam memberikan edukasi dan promosi yang lebih menarik agar minat masyarakat benar-benar berujung pada keputusan menggunakan akad Murabahah.
4. Ketika minat dan tingkat harga dianalisis secara bersamaan, keduanya ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan akad Murabahah untuk KPR Syariah. Ini berarti bahwa untuk meningkatkan jumlah pengguna KPR Syariah, bank tidak hanya perlu memperbaiki aspek harga dan penawaran produk, tetapi juga harus meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat melalui edukasi yang lebih luas, pelayanan yang lebih ramah, serta inovasi produk yang lebih kompetitif.

## DAFTAR PUTAKA

- Adi, M. I. K. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Margin Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada BRI Syariah dan Bank Mega Syariah). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Antonio, M. S. (2003). Bank Syariah dari Teori ke Praktek. PT.Rajawali Press.

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Damodar N, G. (2010). *Dasar-dasar Ekonometrika*. In 1. <https://doi.org/10.1038/cddis.2011.1>
- Darmadi. (2017). *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Budi Utama.
- Dina, F. (2014). *Buku pintar akuntansi untuk orang awam dan pemula*. Laskar Aksara.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian*. UNDIP.
- Naja, E. K., Sifa, M. A., & Rikantasari, S. (2024). Perilaku Anggota Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Handphone Menggunakan Akad Murabahah Di Bmt Nu Singgahan Tuban. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 4(1), 15-29.
- Fitrian, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Sungkono).
- Frismen, A. (2020). Program Restrukturisasi Pembiayaan Kepemilikan Rumah KPR) Bermasalah pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru.
- Hardjono. (2008). *Mudah Memiliki Rumah Idaman Lewat KPR*. PT. Pusaka Grahatama.
- Hidayatullah, A., & Thantawi, T. R. (2017). Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah. *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 337–350. <https://doi.org/10.30997/jn.v3i1.783>
- Husein, U. (2003). *Riset pemasaran & perilaku konsumen (Cet. 3)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Idris, M. H. . (2015). *Menumbuhkan minat membaca pada anak usia dini*. Luxima.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Khairinal. (2016). *Menyusun Proposal, Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Salim Media Indonesia.
- Koranti, K., Sriyanto, & Lestiyono, S. (2017). *Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng*.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management , Millenium Edition*. Marketing Management. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90145-T](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90145-T)
- Kotler, P. (2012). *Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson Education International.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1*. In Jakarta.
- Panghayo, N. A., & Musdhalifah, M. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pemilihan Layanan Keuangan Syariah. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 2(2), 152–167. <https://doi.org/10.26740/AL-UQUUD.V2N2.P152-167>
- Prastowo, A. (2011). *Memahami metode-metode penelitian: suatu tinjauan teoritis dan praksis*. Ar-Ruzz Media.
- Purwanto, H. (1998). *Pengantar perilaku manusia*. EGC.
- Ristanto. (2008). *Mudah Meriah Dana KPR*. PT. Pustaka Grahatama.
- Saeful, R. P. (2018). *Psikologi Pendidikan*. PT. Bumi Aksara.
- Sapi'i, S., & Setiawan, A. (2016). *Pemilihan Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan*

- Rumah) Dengan Akad Murabahah (Studi kasus di Bank Muamalat Tbk Cabang Pembantu Samarinda Seberang). *Al-Tijary*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.21093/AT.V2I1.688>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2013). *Consumer Behavior 10th Edition*. In Prentice Hall. <https://doi.org/10.1109/LPT.2004.842793>
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. In Salemba.
- Shaleh, A. R. (2004). *Psikologi suatu pengantar dalam perspektif Islam/Abdul Rahman Shaleh; Muhib Abdul Wahab. kencana.*
- Sholihah, E. K. S., & Fatmah, F. (2017). PENGARUH POTENSI, PERSEPSI, PREFERENSI DAN PERILAKU MASYARAKAT MUSLIM SURABAYA TERHADAP WAKAF UANG DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *EI-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 7(1), 1327–1343. <https://doi.org/10.15642/ELQIST.2017.7.1.1327-1343>
- Simbolon, N. (2016). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar Peserta Didik*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior Buku 2 -12/E*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif (Cet. 1)*. Alfabeta.
- Suhardjo. (2003). *Perencanaan pangan dan gizi (Issue 101)*. Bumi Aksara.
- Sukirno, S. (2002). *Pengantar Teori Makroekonomi Edisi Kedua (Ke 14)*. PT.Raja Grafindo Persada.
- Susiowati, E. T. (2010). *Hubungan minat menonton tayangan film kartun laga di televisi dengan agresivitas siswa SDN Ngimbang Palang Tuban*.
- Sutisna. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran : Sutisna*. Remaja Rosdakarya.
- Bentarti, S., Aryandhana, D., Haris, M., & Hidayatullah, R. (2021). PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN SYARIAH DI KABUPATEN BEKASI. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 191–206. <https://doi.org/10.37366/JESP.B.V6I02.247>
- Wardianti, N. (2020). *Pelaksanaan Pembiayaan Kpr Subsidi Ib Pada Pt. Bank X (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Bandung*. <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/1094>
- Wijaya, C. (2017). *Perilaku Organisasi*. Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).
- Yusnidar, Y., Samsir, S., & Restuti, S. (2014). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12), 311–329. <https://jsep.ejournal.unri.ac.id/index.php/JSEP/article/view/2418>