

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PROMOSI, DAN REPUTASI TERHADAP
MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK
PEMBIAYAAN KPR PADA BANK SYARIAH
(STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

Titik Nurjanah Wijayanti
NIM.15820135

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PROMOSI, DAN REPUTASI TERHADAP
MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK
PEMBIAYAAN KPR PADA BANK SYARIAH
(STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

Titik Nurjanah Wijayanti
NIM.15820135

DOSEN PEMBIMBING:

Farid Hidayat, S.H., M.S.I
NIP. 19810726 201503 1 002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp (0274) 550821, 512474, Fax. (0274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-669/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : "PENGARUH RELIGIUSITAS, PROMOSI, DAN REPUTASI TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN (KPR) PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)"

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Titik Nurjanah Wijayanti
NIM : 15820135
Telah diujikan pada : Selasa, 23 Juli 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR
Ketua Sidang

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
NIP. 19810726 201503 1 002

Penguji I

Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd, M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

Penguji II

Joko Setyono, S.E., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Yogyakarta, 07 Agustus 2019
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN



Dr. H. Syaifur Mahmadah Hanafi, M.Ag
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Titik Nurjanah Wijayanti

Kepada
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Titik Nurjanah Wijayanti
NIM : 15820135
Judul Skripsi : "Pengaruh Religiusitas, Promosi, Dan Reputasi Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Pembiayaan KPR Pada Bank Syariah (Studi Kasus Di Kota Yogyakarta)"

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Juni 2019

Pembimbing,

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
NIP. 19810726 201503 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Titik Nurjanah Wijayanti
NIM : 15820135
Prodi : Perbankan Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH RELIGIUSITAS, PROMOSI, DAN REPUTASI TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN KPR PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan *daftar pustaka*. Apabila di lain waktu terbukti ada penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 17 Juni 2019



Penyusun,
Titik Nurjanah Wijayanti
15820135

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Titik Nurjanah Wijayanti

NIM : 15820135

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*)** atas karya ilmiah saya berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Terhadap Produk Kredit KPR Pada Bank Syariah (Studi Kasus di Kota Yogyakarta)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 17 Juli 2019

Yang menyatakan,

Titik Nurjanah Wijayanti

MOTTO

أَجْمَلُوا فِي طَلَبِ الدُّنْيَا فَإِنَّ كُلَّ مُيَسَّرٍ لِمَا خُلِقَ لَهُ * رواه ابن ماجه كتابه التجاراه

*“Carilah dunia dengan cara yang baik, karena sesuatu yang telah menjadi
qodarnya itu tidak akan terlepas hanya karena dia berusaha mencarinya dengan
baik”*

خَيْرُكُمْ مَنْ لَمْ يَتْرِكْ آخِرَتَهُ لِدُنْيَاهُ وَلَا دُنْيَاهُ لِآخِرَتِهِ وَلَمْ

يَكُنْ عَلَى النَّاسِ * رواه الخاطبه

*“sebaik-baiknya kalian adalah orang yang tidak
meninggalkan akhiratnya karena dunianya atau
meninggalkan dunianya karena akhiratnya dan
dia tidak menjadi tanggungan atas orang lain”*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk ibuk dan bapakku tercinta, empat adik-adikku tersayang.

الْحَمْدُ لِلَّهِ جَزَكُمُ اللَّهُ خَيْرًا

“Terimakasih Ibuk, Bapak”

Empat orang adikku

Teruntuk Almamaterku, UIN Sunan Kalijaga

Teruntuk Semua Orang yang Pernah Berjasa Dalam Hidupku

Teruntuk Sahabat-Sahabatku yang Selalu Menyertaiku Hingga Saat Ini

Dan yang Terakhir,

Teruntuk Semua Orang yang Pernah Terlibat Dalam Hidupku, yang Telah Memberikan Warna Warni Indah Dalam Hidup

“Terimakasih”

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Ṣā'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Ḥā'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan Ha
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Rā	R	Er
ز	Zāi	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye

ص	Ṣād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwū	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā'marbūṭah*

Semua *tā'marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fatḥah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Ḍammah	Ditulis	U
فعل	Fatḥah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Ḍukira</i>
يذهب	Ḍammah	Ditulis	<i>Yaḏhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fatḥah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2. fatḥah + yā' mati	Ditulis	Ā

تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3. kasrah + yā' mati	Ditulis	Ī
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawū mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syāms</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Tiada kata yang pantas untuk dicapkan selain berjuta-juta syukur kepada Allah SWT. Tuhan yang tidak pernah tidur, Tuhan yang Maha Mendengar, Tuhan yang Maha Menolong, Tuhan yang Maha Melihat, dan Tuhan yang Maha atas segala Maha. Iringan solawat dan salam senantiasa beriring pada sang pembawa kebenaran, Rasalullah SAW, yang telah memberikan pencerahan hingga umatnya tak salah arah. Semoga syafaat darinya selalu membersamai langkah kita hingga tiba waktu untuk berjumpa dengan-Nya.

Tugas akhir ini merupakan bukti tertulis bahwa seorang mahasiswa telah menyelesaikan studinya. Atas kelancaran dan kemudahan dalam penyelesaian tugas akhir ini, penyusun mengucapkan terimakasih yang tak terhingga atas bantuan beberapa pihak dalam bentuk apapun. Terimakasih kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, Ph. D, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Joko Setyono, S. E., M. Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Beliau merupakan Kaprodi yang sangat baik, membantu mahasiswa dalam mencari jalan keluar. Terimakasih pak Joko, Semoga kebaikan bapak terutama untuk mahasiswa perbankan syariah menjadi pahala tersendiri untuk Pak Joko, dan semoga Allah selalu memberikan rahmat serta lindunganNya dalam bentuk apapun.
4. Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, M. Si., selaku Sekertaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Beliau merupakan dosen yang sangat ramah dan telah banyak membantu mahasiswa-mahasiswanya dalam banyak hal. Dosen yang paling baik, lucu dan pengertian, paling terbuka dan selalu membantu mahasiswa mencari jalan keluar atas segala permasalahan

akademik yang dihadapi. Terimakasih pak yusuf, semoga Allah senantiasa melindungi dan memberi rahmat kepadanya dalam bentuk apapun.

5. Farid Hidayat, S.H., M.S.I, selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih atas segala bimbingannya hingga saat ini dan karena selalu sabar, senantiasa membantu saya mencari jalan keluar atas segala permasalahan dalam penelitian ini. semoga Allah senantiasa melindungi dan memberi rahmat kepadanya dalam bentuk apapun.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terkhusus dosen program study Perbankan Syariah. Terimakasih karena telah banyak memberikan ilmu-ilmu dan pengalamannya yang sangat bermanfaat. Semoga Allah senantiasa melindungi dan memberi rahmat kepadanya dalam bentuk apapun.
7. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Ibuku (Titik Ratih) dan Bapakku (Sugino), selaku pahlawan hidup ku, yang tak pernah lelah berjuang demi anak-anaknya, yang selalu mendoakan anak-anaknya, yang selalu menyayangi dan mengasihi. Terimakasih karena telah mendidik dan menjadikan saya pribadi yang baik. Semoga Allah senantiasa menyayangi dan melindungi kedua orang terhebat dalam hidup saya ini. Aamiin ya.
9. Empat adik-adikku Nur Hasan Setyobudi Darmawan, Nur Ahmad Nasrulloh Wijaya Kusuma, Nur Eri Syahrizal Maulana, Nur Khumaira Muntiah Komala Ratih. Yang selalu memberikan semangat, motivasi, Doa dan semuanya yang tidak bisa tertulis dalam skripsi ini.
10. Anak-anak 7 bidadari, Azri Zain Hakiki S.E yang super kreatif, supel, murah senyum, baik banget, suka membantu, dan ratunya ngegame, Dewi Hasanah Bolqiah S.E tetangga sebelah ternyata yang baik banget, ratunya zumba, sabar, pengertian, dewasa banget, sering juga ngerecohin kerumahnya, Rizka Ayunda Putri S.E yang tabah, supel, yang selalu ceria, tidak enakan, pengertian, suka menolong, kreatif juga, Elok Etika Rahmawati S.E yang sekarang kurusan mungkin karena suka jogging kali ya dan selalu berjuang untuk hidup mandiri, Hanifah Nurul Syam S.E pengertian, baik, nggak suka

neko” (kalem), dan Lu’lu’ Ulaeni S.E Alhamdulillah bisa ngurus sidang bareng. yang imut, mirip tuh sama model papan atas, selalu ceria, jarang mengeluh. Terimakasih atas segala hal dan waktu yang telah kalian berikan. Terimakasih atas semuanya yang tidak bisa terdeskripsikan dalam tulisan ini dan telah menjadi sabahat dari awal menginjakan kaki di kampus ini hingga kini. Terimakasih atas segala warna-warni indah yang telah diberikan. Semoga Allah senantiasa mempermudah dan melancarkan segala hal yang kalian cita-citakan.

11. Novita Rahmawati S.E dan mas Adilla Fatkurahman S.E juragan tumpeng mini jogja yang telah banyak membantu, semoga kebaikannya kembali padanya. Alahmdulillahi jaza kumullohu khoiro mb Novi dan mas Adil.
12. Seluruh keluarga besar PPM Yogyakarta, dewan guru yang selalu mencurahkan ilmu-ilmu agama, dan santri-santri yang profesional religius, teruntuk bidadari subuh yang selalu memotivasi.
13. Rizky krismonita putri, yang semangatnya luar biasa dalam segala hal, yang pengertian, sabar kalem, yang membantu menyebarkan kuesioner, yang selalu membantu, semoga selalu dalam pertolongan Allah.
14. Seluruh keluarga besar Perbankan Syariah 2015 terutama untuk kelas PS C.
15. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam penelitian saya. Semoga kebaikannya di tulis pahala oleh Allah SWT. Dan mendapatkan balasan kebaikan yang banyak.

Semoga Allah senantiasa melindungi dan melimpahkan rahmat kepada semua orang telah berjasa dalam hidup saya dalam bentuk apapun. Saya memohon maaf atas segala kekhilafan yang mungkin luput dalam menuliskan pihak yang pernah berjasa dalam hidup saya. Hal tersebut merupakan kekurangan, keluputan, serta ketidaksengajaan sebagai Manusia.

Wassalamu’alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Yogyakarta, 17 Juli 2019

Titik Nurjanah Wijayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Teori Minat	14
2.2 Minat	16
2.3 Proses Pengambilan Keputusan	18
2.4 Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	20
2.5 Perbankan Syariah	22
2.6 Generasi Milenial	30
2.7 Definisi Variabel	32
2.8 Telaah Pustaka	41
2.9 Perumusan Hipotesis	48
2.10 Rerangka Berfikir	51

BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Desain Penelitian	52
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	52
3.3 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4 Populasi dan Sampel	55
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	58
3.6 Instrumen dan Skala Penelitian.....	60
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	61
3.8 Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN	68
4.1 Gambaran Umum Kota Yogyakarta	68
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	69
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	73
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.5 Regresi Linier Berganda	80
4.6 Uji Hipotesis	82
4.7 Pembahasan dan Hasil	87
BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.3 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	i

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gaya Hidup Generasi Milenial.....	4
Gambar 2.1 Diagram TPB Ajzen.....	15
Gambar 2.2 Pengaruh X terhadap Y	51
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	69
Gambar 4.2 Usia Responden	70
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden	71
Gambar 4.4 Histogram Uji Normalitas	76
Gambar 4.5 Grafik Normal Plot	77
Gambar 4.6 Grafik Scatterplots	79



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah & Konvensional	22
Tabel 2.2 Perbedaan Bagi Hasil & Bunga	23
Tabel 2.3 Ringkasan Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Variabel, Definisi, Indikator, Skala	59
Tabel 3.2 Skala Likert	61
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.3 One Sampel.....	77
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Linear Berganda	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji F)	83
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji T)	85
Tabel 4.11 Jawaban Variabel Religiusitas	89
Tabel 4.12 Jawaban Variabel Promosi	91
Tabel 4.13 Jawaban Variabel Reputasi	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Tafsir Ayat Al-Quran	i
Lampiran II Kuesioner Penelitian	ii
Lampiran III Data Karakteristik Responden	vi
Lampiran IV Data Jawaban Kuesioner Responden	vi
Lampiran V Hasil Output SPSS	xv
Lampiran VI Foto saat Pengisian Kuesioner.....	xxi
Lampiran VII Daftar Riwayat Hidup	xxii



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas, promosi, dan reputasi terhadap minat geerasi milenial di Kota Yogyakarta terhadap produk pembiayaan KPR pada bank Syariah. Populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh generasi milenial di Kota Yogyakarta secara umum. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Variabel penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Untuk variabel independen (X) meliputi (X₁) religiusitas, (X₂) promosi, (X₃) reputasi. Untuk variabel dependen (y) pada penelitian ini adalah minat generasi milenial dalam menggunakan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada bank syariah. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan kemudian dianalisis dengan bantuan program aplikasi SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada bank syariah. Sedangkan variabel reputasi tidak berpengaruh terhadap terhadap minat dalam penggunaan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada bank syariah.

Kata kunci: *minat, religiusitas, promosi, reputasi, KPR, generasi milenial*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of religiosity, promotion, and reputation on millennial geographic interest in the city of Yogyakarta on mortgage financing products at Islamic banks. The population in this study is the entire millennial generation in the city of Yogyakarta in general. The sample in this study was 100 respondents. The research method used is quantitative research methods. The variables of this study use two variables, namely the independent variable and the dependent variable. For independent variables (X) include (X₁) religiosity, (X₂) promotion, (X₃) reputation. For the dependent variable (y) in this study is the interest of millennial generation in using the product Mortgages (KPR) in Islamic banks. This study uses primary data obtained from questionnaires and then analyzed with the help of the SPSS 21 application program. The results of the study show that the variables of religiosity and promotion have a positive and significant influence on the interests of millennial generation using Home Ownership Credit (KPR) products in Islamic banks. While the reputation variable does not affect the interest in the use of Home Ownership Credit (KPR) products in Islamic banks.

Keywords: intention, religiosity, promotion, reputation, mortgage, milenials generation

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia menurut intensitas kebutuhannya dibedakan menjadi tiga yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer manusia terdiri dari tiga macam yaitu kebutuhan makan, kebutuhan sandang, dan kebutuhan papan (tempat tinggal). Kebutuhan pokok ini harus dipenuhi oleh setiap manusia untuk melangsungkan kehidupannya. Tempat tinggal atau rumah memiliki arti yang sangat penting bagi setiap anggota keluarga, karena rumah merupakan tempat untuk beristirahat serta mencurahkan rasa kasih sayang setelah lelah menjalankan aktivitas di tempat kerja atau aktivitas di luar (Hidayat, 2015 :2).

Salah satu permasalahan utama yang masih dihadapi oleh masyarakat di Indonesia adalah mengenai ketersediaan rumah, yaitu kesenjangan antara jumlah rumah yang terbangun dengan jumlah rumah yang dibutuhkan oleh masyarakat (Hudiyati, dkk. 2017). Sehingga menyebabkan harga rumah semakin melambung, yang mengakibatkan sulit membeli rumah secara tunai (Alexander, 2015). Direktur Retail Banking Bank Mandiri Donusuwa Simatupang mengatakan bahwa masih ada 11 juta orang yang membutuhkan rumah, terutama generasi milenial (Arief, 2018).

Menurut Edy Muhammad, kepala Bappeda Kota Yogyakarta pada tahun 2015 rumah tinggal yang ada di Kota Yogyakarta tercatat 92.965 unit, dengan kebutuhan hunian masyarakat mencapai 101.526 unit. Secara teoritis,

kebutuhan hunian masyarakat Yogyakarta masih kekurangan 8.560 rumah (Wid, 2016).

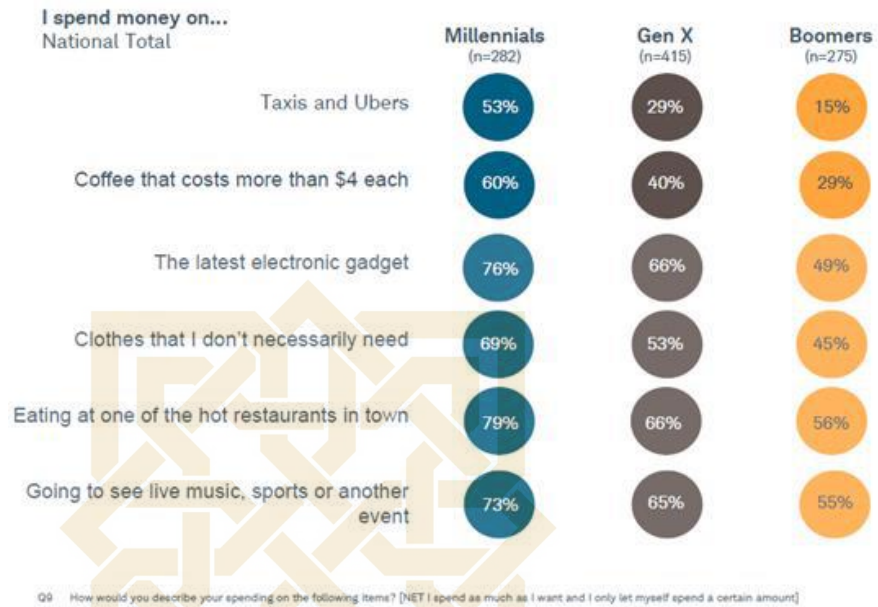
Dari banyaknya kebutuhan terhadap perumahan dan keterbatasan materi untuk mewujudkannya secara tunai maka hal ini menjadi peluang besar Lembaga Jasa Keuangan, dalam hal ini khususnya adalah sektor perbankan. Perbankan memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung program nasional perumahan melalui penyaluran dana dalam bentuk (KPR) Kredit Pemilikan Rumah (Hudiyati; dkk. 2017).

Generasi milenial atau kadang juga disebut dengan Generasi Y adalah sekelompok orang yang lahir setelah Generasi X. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli dari berbagai negara dan profesi, generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2000. Menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) 2017, jumlah generasi milenial mencapai sekitar 88 juta jiwa atau 33,75% dari total penduduk Indonesia. Proporsi tersebut lebih besar dari proporsi generasi sebelumnya seperti generasi X yang berjumlah 25,74%, generasi baby boom+veteran berjumlah 11,27%. Demikian juga dengan jumlah generasi Z baru mencapai sekitar 29,23%. Generasi milenial di Kota Yogyakarta berjumlah 129.455 jiwa atau 31,27% dari total penduduk Kota Yogyakarta (Setda, 2018). Konsep generasi milenial Indonesia adalah penduduk Indonesia yang lahir antara tahun 1980-2000 (Budiati, dkk. 2018). Hal ini berarti milenial adalah generasi muda yang berumur 19-39 pada tahun 2019.

Beberapa waktu terakhir ini banyak peneliti yang mengangkat tema penelitiannya mengenai generasi milenial, mulai dari keunikan generasi milenial, jumlah generasi milenial, peran generasi milenial, dan masih banyak lagi. Bahkan gaya hidup generasi milenial juga disoroti oleh banyak peneliti. Karena, ada satu persoalan yang perlu mendapat perhatian, bahkan perlu mendapatkan bantuan dari pemerintah, yaitu persoalan mengenai penyediaan rumah/tempat tinggal sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia. Kemampuan penyediaan rumah saat ini berkejaran dengan meningkatnya jumlah penduduk yang memasuki usia produktif.

Generasi milenial memiliki perbedaan cara pandang atau gaya hidup dengan generasi sebelumnya. Jika generasi sebelumnya menganggap bahwa memiliki rumah besar dan mobil mewah adalah sebuah kebanggaan, namun tidak demikian dengan generasi milenial. Karena mereka lebih suka menikmati pengalaman dan kesenangan dengan berkumpul bersama teman dan tidak lupa memamerkan aneka kegiatannya. Jalan-jalan kemana, makan dimana, menonton apa, dan bersama siapa, lebih penting bagi generasi milenial. Gaya hidup inilah yang mendorong perubahan konsumsi rumah tangga dari yang semula berorientasi barang beralih pada pengalaman (SINDOnews, 2018). Hal ini senada dengan pendapat Direktur Consumer Banking CIMB Niaga Lani Darmawan yang mengatakan bahwa, selama ini generasi milenial dikenal lebih mementingkan gaya hidup dibandingkan menyiapkan kebutuhan masa depan seperti hunian. Padahal, sejatinya mereka bisa mewujudkan impian mempunyai rumah sambil tetap menikmati gaya

hidup (Release, 2019). Berikut merupakan gambar perbedaan gaya hidup antara generasi milenial dengan generasi sebelumnya :



Sumber : Charles Schwab (Damar 2017).

Gambar 1.1
Gaya hidup generasi milenial

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa milenial lebih banyak menghabiskan uangnya untuk makan di restoran atau minum kopi sambil mendengarkan musik kesukaannya dengan handphone keluaran terbaru dibandingkan dengan untuk sekedar membeli pakaian bermerek, memiliki mobil ataupun menyicil rumah (Damar 2017).

Disisi lain generasi milenial dianggap sebagai sasaran pasar properti di sejumlah kawasan berkembang. Pasalnya, kalangan milenial yang mulai mendapatkan kerja, belum memiliki rumah, serta baru menjalani kehidupan mandiri sehingga berpotensi untuk membeli rumah pertama dengan cara mencicil/mengajukan pembiayaan di lembaga keuangan seperti bank syariah (SINDOnews 2018).

Kredit Pemilikan rumah (KPR) adalah kredit yang disediakan oleh perbankan dan digunakan untuk membeli rumah dengan jaminan atau agunan berupa rumah yang dibiayai tersebut (Rumah123.com n.d.). Dengan menggunakan KPR, nasabah dapat mengangsur pembelian dalam jangka waktu tertentu sehingga dapat meringankan nasabah dalam mewujudkan kepemilikan rumah.

Bank Konvensional dan Bank Syariah sangat kompetitif dalam menawarkan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) kepada masyarakat luas dan secara khusus untuk kalangan generasi milenial, karena KPR ini sangat menguntungkan bagi pihak pemberi layanan dalam jangka waktu yang panjang. Oleh sebab itu calon nasabah KPR harus bisa memilih secara selektif dalam menentukan tempat transaksi pembiayaan. Perbedaan antara KPR pada bank konvensional dan KPR pada bank Syariah adalah dari sisi akad yang ditawarkan. KPR di bank konvensional menggunakan suku bunga yang bersifat fluktuatif setiap waktu, sedangkan KPR pada bank syariah menggunakan akad jual beli (*murabahah*), dan kepemilikan bertahap (*musyarakah mutanaqishah*), dimana akad dilakukan pada awal transaksi dan angsuran bersifat tetap (*flat*) sampai akhir transaksi. Dalam produk pembiayaan KPR pada bank syariah juga tidak diberikan biaya pinalti apabila pelunasan dipercepat. Perbedaan akad ini dikarenakan pada bank syariah bunga dianggap riba dan riba itu dilarang dalam agama Islam. Dasar hukum dalam Al-Qur'an yang menerangkan bahwa riba itu haram diantaranya dalam potongan ayat dari surat Al-Baqarah (3 : 275) :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ ٢٧٥

Keuntungan menggunakan sistem KPR Syariah yakni adanya kepastian angsuran sejak awal hingga akhir angsuran. Bank syariah tentunya menawarkan beragam keuntungan untuk nasabah yang mengajukan KPR tersebut. Proses pengajuan yang tentunya cukup mudah, serta tenor waktu yang panjang adalah manfaat yang bisa nasabah dapatkan apabila memilih KPR lewat Bank Syariah. Selain itu Bank Syariah juga memberikan pilihan pembayaran cicilan yang mudah, serta uang DP (*Down Payment*) atau uang muka yang ringan (Wahyudi, 2019).

Minat menurut (Slameto, 1991 :186) adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat merupakan salah satu unsur kepribadian individu yang memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan. Minat mengarahkan tindakan individu terhadap suatu obyek atas dasar senang atau tidak senang, suka atau tidak suka. Minat seseorang akan diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang suka atau tidak suka terhadap suatu obyek tertentu (Sumiati, 1994 :83).

Menurut (Anshori, 1980 :98) istilah religi atau agama itu berbeda dengan religiusitas. Agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, maka religiusitas menunjuk pada aspek religi yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Pendapat itu

senada dengan pendapat Dister dalam (Rinaswitas, 2017 :167-169) religiusitas menunjuk pada tingkat keterkaitan individu terhadap agamanya. Hal ini menunjukkan bahwa individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya sehingga berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Jadi religiusitas merupakan dasar seseorang dalam melakukan sesuatu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Laili, 2013) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara faktor agama terhadap minat memilih produk pembiayaan kepemilikan rumah. Jadi salah satu faktor yang dapat di pertimbangkan oleh calon nasabah bank syariah dalam memilih produk KPR adalah faktor religiusitas. Hal ini karena didalam Islam konsumsi tidak bisa dipisahkan dari peranan keimanan, sebab keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual (Muflih, 2006: 12). Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh (Asrizam, 2019) menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat mengajukan pembiayaan KPR di Bank Syariah.

Promosi menurut (Kotler, 2001 :79) adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi merupakan usaha dengan cara tertentu yang bertujuan untuk menarik minat calon pembeli terhadap suatu produk

(Muhammad, 2009 :14). Promosi akan memberikan kontribusi yang sangat berharga bagi perbankan syariah dalam memperkenalkan pembiayaan KPR sekaligus memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Perbankan yang gagal memberikan promosi ini akan menghadapi masalah yang kompleks. Penelitian yang dilakukan oleh (Susanto, 2015) menyebutkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat di Kecamatan Medan Tuntungan dalam memilih bank syariah sebagai sumber Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Selain itu berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asrizam, 2019) dimana didapatkan hasil bahwa promosi berpengaruh positif terhadap masyarakat mengajukan pembiayaan KPR di Bank Syariah.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi minat menggunakan produk pembiayaan KPR adalah reputasi. Menurut (Butterick, 2012 :58) reputasi perusahaan adalah 'representasi kolektif' serangkaian citra dan persepsi yang di hasilkan dari banyak pendapat yang berbeda tentang perusahaan. Reputasi diciptakan diluar organisasi yang didasarkan pada bermacam-macam kesan subjektif. Maka dapat disimpulkan bahwa reputasi diartikan sebagai suatu pemikiran, persepsi atau opini masyarakat umum terhadap suatu objek. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ismail, dkk. 2014) memperoleh hasil bahwa Reputasi adalah prediktor terbaik karena sebagian besar pelanggan adalah calon yang memilih pembiayaan syariah karena bank syariah memiliki reputasi dan citra yang baik. Selanjutnya

penelitian yang dilakukakn oleh (Andini, dkk. 2016) menunjukkan bahwa reputasi bank berpengaruh positif terhadap minat pengambilan KPR.

Kota Yogyakarta berkedudukan sebagai ibukota Propinsi DIY dan merupakan satu-satunya Daerah tingkat II yang berstatus Kota disamping 4 Daerah tingkat II yang berstatus Kabupaten. Kota Yogyakarta terletak ditengah-tengah Propinsi DIY. Kota Yogyakarta terdiri 14 kecamatan dan 45 kelurahan dengan batas wilayah sebagai berikut: Sebelah utara : Kabupaten Sleman, sebelah Timur : Kabupaten Bantul dan Sleman, sebelah Selatan : Kabupaten Bantul, sebelah Barat : Kabupaten Bantul dan Sleman (Yogyakarta n.d.). Jumlah penduduk D.I Yogyakarta tahun 2016 berdasarkan data BPS ter-update pada tanggal 29 Januari 2018 sebanyak 3.720.912 jiwa. Untuk jumlah penduduk Kota Yogyakarta berjumlah 417.744 jiwa (DIY n.d.).

Dengan melihat perkembangan ekonomi di Daerah Istimewa Yogyakarta, dimana sebagian besar aktifitas perekonomiannya terpusat di Kota Yogyakarta hal ini dapat mendorong adanya peningkatan harga rumah dan tanah, karena sebagian lahan di wilayah perkotaan menjadi incaran para investor untuk mengembangkan bisnisnya seperti, hotel, rumah makan, mall, dan lain-lain. Sehingga lahan di wilayah perkotaan untuk pemukiman semakin berkurang (Saroh, 2016).

Kota Jogja terkenal sebagai kota pendidikan, yakni akan mampu menerima dan menyerap produk KPR. *Backlog* atau selisih pasokan dan kebutuhan perumahan di Jogja masih cukup tinggi, artinya kebutuhan masyarakat akan rumah belum seluruhnya terfasilitasi. Dengan jumlah

penduduk milenial yang tinggi namun cerdas dalam merencanakan keuangannya demi masa depan termasuk memiliki hunian sendiri. Maka Bank Syariah berusaha menarik generasi milenial memiliki rumah idamannya sehingga jumlah *backlog* dapat berkurang (Wahyudi, 2019).

Setiap individu memiliki sifat dan perilaku yang berbeda-beda. Demikian pula saat individu itu akan memenuhi kebutuhannya. Setiap individu memiliki persepsi masing-masing terhadap Kredit Pemilikan Rumah yang ada pada Bank Syariah. Ada yang menyukai terobosan tersebut namun ada pula yang tidak menyukai dengan alasan tertentu. Untuk itu pada penelitian ini, peneliti menggunakan model penelitian yang telah dikembangkan dari beberapa penelitian yang telah ada dengan mengambil variabel-variabel dari penelitian sebelumnya untuk dijadikan sebagai model dalam penelitian. Variabel-variabel tersebut adalah religiusitas, promosi, dan reputasi bank sebagai dasar yang mempengaruhi generasi millennials di Kota Yogyakarta terhadap minat menggunakan produk Kredit Pemilikan Rumah pada Bank Syariah. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti paparkan di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS, PROMOSI, DAN REPUTASI TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (KPR) PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS DI KOTA YOGYAKARTA)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka munculah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan produk pembiayaan KPR pada Bank Syariah?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan produk pembiayaan KPR pada Bank Syariah?
3. Apakah reputasi berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan produk pembiayaan KPR pada Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan produk pembiayaan KPR pada Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan produk pembiayaan KPR pada Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan produk pembiayaan KPR pada Bank Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan Syariah

Menjadi bahan untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan produk pembiayaan KPR sesuai dengan generasi.

2. Bagi Akademisi

Menambah literatur penelitian terkait tentang minat generasi milenial dalam menggunakan produk pembiayaan KPR pada Perbankan Syariah. Dan bahan referensi untuk keperluan studi dan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh religiusitas, promosi, dan reputasi terhadap minat generasi milenial menggunakan produk pembiayaan KPR pada Bank Syariah.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada proposal skripsi ini merupakan gambaran umum mengenai isi skripsi yang dilakukan dengan mengklarifikasi pembahasan pada beberapa bagian. Sistematika penulisan pada proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat penjelasan tentang penjelasan yang bersifat umum dengan pokok pembahasan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini memuat landasan teori yang digunakan oleh penyusun dalam menyelesaikan rumusan masalah penelitian. Landasan teori pada bagian ini mengacu pada jurnal internasional, jurnal nasional serta beberapa penelitian yang telah dilakukan sebagai bahan

rujukan dalam penelitian ini. Pokok pembahasan dalam bab ini meliputi: landasan teori, perumusan hipotesis dan rerangka berfikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Adapun cakupan dalam metode penelitian tersebut adalah objek penelitian, metode pengambilan sampel, hingga metode analisa data.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

Bab ini berisi tentang pembahasan dan analisis dari pengelolaan data yang didapat selama melakukan penelitian, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesa yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada pengaruh variabel dependen (religiusitas, promosi, dan reputasi) terhadap variabel independen (minat generasi milenial menggunakan produk KPR pada Bank Syariah), maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial di Kota Yogyakarta menggunakan produk KPR pada Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwasanya faktor religiusitas merupakan pedoman bagi generasi milenial untuk menggunakan produk KPR pada Bank Syariah.
2. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat generasi milenial di Kota Yogyakarta menggunakan produk KPR pada Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwasanya promosi yang dilakukan oleh pihak perbankan syariah dapat meningkatkan minat generasi milenial menggunakan produk KPR pada Bank Syariah.
3. Reputasi tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Kota Yogyakarta untuk menggunakan produk KPR pada Bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Kota Yogyakarta untuk menggunakan produk KPR pada Bank Syariah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya untuk mengetahui minat generasi milenial di Kota Yogyakarta dalam menggunakan produk KPR pada Bank Syariah, belum sampai pada keputusan/aksi untuk menggunakan.
2. Sampel yang diambil dalam penelitian ini merupakan generasi milenial secara umum di Kota Yogyakarta dan tidak mempertimbangkan pekerjaan atau pendapatan dari responden sehingga belum dapat menggambarkan minat generasi milenial secara keseluruhan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka terdapat beberapa saran yang kiranya dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk Perbankan Syariah : sosialisasi atau promosi mengenai KPR pada Bank Syariah untuk generasi milenial memang perlu dilakukan dengan lebih menunjukkan manfaat dari segi religiusitas dan dari segi lainnya, agar generasi milenial lebih mengenal produk KPR pada Bank Syariah dan menimbulkan minat untuk menggunakan produk KPR pada Bank Syariah. Karena seseorang akan cenderung melakukan sesuatu apabila terdapat keuntungan yang akan diperoleh

nantinya. Maka selain melakukan sosialisasi, juga diperlukan inovasi yang kreatif terkait keuntungan yang akan diperoleh nasabah, dalam hal ini adalah generasi milenial.

2. Saran untuk masyarakat : generasi milenial sangat di harapkan dapat meningkatkan perekonomian Negara ini karena kelak beberapa tahun kemudian generasi milenial adalah penggerak utama roda perekonomian Negara ini. Oleh karena itu diperlukan tanggung jawab yang besar dalam pemenuhan kebutuhan secara primer yaitu memiliki rumah sendiri.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya: dalam penelitian lebih lanjut meningkatkan persentase tingkat kepercayaan. Dengan tingginya persentase tingkat kepercayaan, maka akan berbanding lurus dengan banyaknya jumlah sampel yang akan diteliti. Maka penelitian yang nantinya dihasilkan akan lebih reliabel sesuai dengan populasi penelitian. Dan bagi peneliti yang ingin meneliti dengan variabel dan objek yang sama dapat menambahkan variabel independen, seperti : pendapatan, bagi hasil, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Mubarakfuri, Syaikh Shafiyurrahman. 2006. *Shahih Tafsir Ibnu Katsir*. ed. Abu Ihsan al Atsari. Abu Ahsan Sirojuddin. Bogor: Pustaka Ibnu Katsir.
- Alam, Syed Shah et al. 2012. "Is Religiosity an Important Factor in Influencing the Intention to Undertake Islamic Home Financing in Klang Valley?" *World Applied Sciences Journal* 19(7): 1030–41.
- Alexander, Hilda B. 2015. "Ini Penyebab Harga Rumah Terus Melejit." *Kompas.com*: 1. <https://properti.kompas.com/read/2015/02/22/190000721/Ini.Penyebab.Harga.Rumah.Terus.Melejit>.
- Ali, Muhammad, Syed Ali Raza, Chin Hong Puah, and Mohd Zaini Abd Karim. 2017. "Islamic Home Financing in Pakistan: A SEM-Based Approach Using Modified TPB Model." *Housing Studies* 32(8): 1156–77.
- Andini, Pramadavita, Ibnu Widiyanto, and Syuhada Sufian. 2016. "STUDI TENTANG PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT PENGAMBILAN KPR (Studi Pada Bank CIMB Niaga Cabang Semarang)."
- Anshori. 1980. *Kuliah Ali-Islam: Pendidikan Agama Islam Di Perguruan Tinggi*. Pustaka. Bandung: Pustaka.
- Argenti, Paul, and Bob T. Druckenmiller. 2004. "Reputation and the Corporate Brand." *Corporate Reputation Review* 6.
- Arief, Andi M. 2018. "Mandiri Luncurkan KPR Khusus Milenial, Cicilan Mulai Rp1,5 Juta Per Bulan." *Bisnis.com*: 1. <https://finansial.bisnis.com/read/20181010/90/847985/mandiri-luncurkan-kpr-khusus-milenial-cicilan-mulai-rp15-juta-per-bulan>.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryska, Metha, and Kasmirudin. 2017. "Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)." *Jom Fisip* 4 (1): 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/123831-ID-pengaruh-reputasi-perusahaan-dan-kualita.pdf>.
- Asrizam. 2019. *PENGARUH PROMOSI, PENGETAHUAN PRODUK, PERSEPSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGAJUKAN PEMBIAYAAN KPR DI BANK SYARIAH*. Yogyakarta.
- Aturduit.com. *Bandingkan Dan Tentukan Kredit Pemilikan Rumah Terbaik Anda!*

<https://www.aturduit.com/kredit-pemilikan-rumah>.

Berkup, Sezin Baysal. 2014. "Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life." *Mediterranean Journal of Social Sciences* 5(19): 218–29.

Budiati, Indah et al. 2018. "Profil Generasi Milenial Indonesia." : 1–153. www.freepik.com.

Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations : Teori Dan Praktik*. 1st ed. ed. Nurul Hasfi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

by Juliet Norton, Interview. 2010. "Interview with Don Tapscott, Author of Grown up Digital." *Strategic Direction* 26: 29–31.

Carlson, Elwood. 2008. *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom* *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom*.

Commerce, Department of. 2015. *Millennials Outnumber Baby Boomers and Are Far More Diverse, Census Bureau Reports*. <https://www.doncio.navy.mil/CHIPS/ArticleDetails.aspx?ID=6553>.

Crow, Leatar. D., & Crow, Alice. 1958. *Educational Psychology*. New York: American Book Company.

_____. 1984. *Psikologi Pendidikan*, terj. Kasijan, Surabaya: Bina Ilmu.

_____. 1989. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Nur Cahaya. (hlm. 302-303)

Damar, Mimpri. 2017. "Spring of Life." *Pt Eastspring Investments* 1(September): 1–6.

DIY, BPS Provinsi. *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota Di D.I Yogyakarta* (Yogyakarta). <https://yogyakarta.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3>

Djaali. 2017. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

dkk, Hudiyati; Sarwin, Kiko Napitupulu; Robby, Kurniawan; Aryanti, Dwi Rachmawati; Willy, N. Ichwan; 2017. "Kajian Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan: Kredit Pemilikan Rumah (KPR)." *Otoritas Jasa Keuangan*: 12–20. <https://konsumen.ojk.go.id/MinisiteDPLK/images/upload/201807131448401.KPR.PDF>.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- . 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. 2nd ed. Yogyakarta: BPFE.
- Gregory, Anne. 2005. *Seri Praktik PR Public Relations Dalam Praktik*. 2nd ed. ed. Sigit Purwanto. Yati Suniharti. Suryadi Saat. Jakarta: Erlangga.
- Gulo, W. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hamza, Usman. 2016. “Determinants of Intention of Using Mortgage in Financing Home Ownership in Bauchi, Nigeria” ed. Lizam Mohd. *International Journal of Housing Markets and Analysis* 9(3): 320–39. <https://doi.org/10.1108/IJHMA-07-2015-0033>.
- Hidayat, Rahmad. 2014. *Efisiensi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik*. Bekasi: Gramata publishing.
- Hidayat, Rahmat. 2015. “Beranda IPS.” *Kita Punya*. <https://www.kitapunya.net/2015/07/macam-macam-kebutuhan-manusia.html>.
- Ibrahim, Mohd Azizi, Wan Nazjmi Mohamed Fisol, and Yusuf Haji-Othman. 2017a. “Customer Intention on Islamic Home Financing Products: An Application of Theory of Planned Behavior (TPB).” *Mediterranean Journal of Social Sciences* 8(2): 77–86.
- . 2017b. “Customer Intention on Islamic Home Financing Products: An Application of Theory of Planned Behavior (TPB).” *Mediterranean Journal of Social Sciences* 8(2): 77–86. <http://content.sciendo.com/view/journals/mjss/8/2/article-p77.xml>.
- Indonesia, Ikatan Bankir. 2013. *Memahami Bisnis Bank: Modul Sertifikasi Tingkat I- General Banking*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail, Shafinar, Farah Azmi, and Ramayah Thurasamy. 2014. “Selection Criteria for Islamic Home.” *International Journal of Business and Society* 15(1): 97–110.
- Istijanto. 2010. *Riset Sumber Daya Manusia: Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja & Aspek-Aspek Kerja Karyawan Lainnya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keith, Dinnie. 2003. “Creating Corporate Reputations: Identity, Image and Performance.” *European Journal of Marketing* 37(7/8): 1144–47. <https://doi.org/10.1108/03090560310477726>.

- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- L'Etang, Jacquie, and Magda Pieczka. 2012. "Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice." *Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice* (August): 1–513.
- Laili, Moh. Khafid. 2013. *Faktor, Pengaruh Terhadap, Agama Nasabah, Minat Produk, Memilih Semarang, Cabang*. Semarang. http://eprints.walisongo.ac.id/728/1/082411043_Coverdll.pdf.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Machrus, Hawa'im; Urip Purwono. 2010. "Pengukuran Perilaku Berdasarkan Theory of Planned Behaviour." *Insan Media Psikologi* 12(01): 64–72. http://journal.unair.ac.id/INSAN@table_of_content_8_volume12_nomor1.html.
- Makmun, Abi Syamsudi. 2004. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2011. *Manajemen Bank Syariah: Edisi Revisi Kedua*. 2nd ed. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.
- Muhammad, As'adi. 2009. *Cara Pintar Promosi Murah Dan Efektif*. Yogyakarta: Garailmu.
- Muhbib, Abdul Rahman shaleh dan Abdul Wahab. 2005. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Muhyar, Muhammad. 2015. "Minat Masyarakat Terhadap KPR Pada BRI Syariah Kota Banjarmasin Minat Masyarakat Terhadap KPR." UIN Antasari. <https://idr.uin-antasari.ac.id/71/>.
- Nashori, Djamaludin Ancok. Suroso. dan Fuat. 1994. *Psikologi Islam Solusi Antara Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*. 1st ed. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Poerwadarminta, W.J.S. 2003. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Purwanto, Suharyadi dan. 2004. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba empat.
- Release, Press. 2019. "Bidik Nasabah Milenial, CIMB Niaga Tawarkan Program KPR XTRA Bisa." *CIMB Niaga*.
<https://www.cimbniaga.com/in/personal/news-and-promotions/news/BidikNasabahMilenialCIMBNiagaTawarkanProgramKPRXTRABisa.html>.
- Rinaswitas, Nur Ghufon dan Rini. 2017. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: AR-RUZ Media.
- Robert, Roland. 1998. *AGAMA : Dalam Analisa Dan Interpretasi Sosiologis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rumah123.com. *Simulasi KPR - Kalkulator Kredit Rumah*.
<https://www.rumah123.com/cari-kpr/>.
- Santoso, Singgih. 2001. *Buku Latihan SPSS Parametrik*. Jakarta: Gramedia.
- Saroh, Mutaya. 2016. "Yogya, Rumah, Dan Ketimpangan Kelas." *Tirto.id*.
<https://tirto.id/yogya-rumah-dan-ketimpangan-kelas-bCQo>.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2004. *Perilaku Konsumen*. 7th ed. ed. Zoelkifli Kasip. Jakarta: Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. 4th ed. ed. Resthi Widyaningrum. Jakarta: Salemba empat.
- Setda, Biro Tata Pemerintahan. 2018. *Data Hasil Konsolidasi Dan Pembersihan Database Kependudukan Oleh Ditjen Kependudukan Pencatatan Sipil Kemendagri DIY, Diolah Biro Tata Pemerintahan Setda*. Yogyakarta.
<https://kependudukan.jogjaprov.go.id/olah.php?module=statistik&periode=11&jenisdata=penduduk&berdasarkan=golonganusia&rentang=1&prop=34&kab=00>.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2005. *Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- SINDOnews. 2018. "Milenial Dan Kebutuhan Perumahan." *Koran Sindo*: 1–2.
<https://nasional.sindonews.com/read/1285967/18/milenial-dan-kebutuhan-perumahan-1519861043>.
- Slameto. 1991. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- . 2013. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. 2007. *Belajar Mudah Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Ardana Media.
- Sumiati &, Sukardi. 1994. *Penggunaan Tes Dalam Konseling Karir (Konsep & Interpretasi Tes)*. 1st ed. ed. Usaha Nasional. Surabaya.
- Susanto, M. Affandi. 2015. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Sebagai Sumber Kredit Pemilikan Rumah (KPR): Survei Di Kecamatan Medan Tuntungan.” *SKRIPSI*. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/51570>.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Sutopo, Nur Indriantoro. Bambang. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- . 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. 6th ed. Yogyakarta: BPFE.
- Used, From Theories. 2009. “Theory of Planned Behavior Theory of Planned Behavior.” *Social psychology volume I: Social cognition and social perception* 211: 1–8. <http://www.nottingham.ac.uk/~ntzcl1/literature/tpb/azjen2.pdf>.
- Usman, Hamza, and Mohd Lizam Mohd Diah. 2016. “Determinants of Intention of Using Mortgage in Financing Home Ownership in Bauchi, Nigeria.” *International Journal of Housing Markets and Analysis* 9: 320–39.
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahyudi, Slamet. 2019. “KPR HITS, BUAT KITA MILENIAL Pembiayaan Ala BTN Syariah.” *BTN Syariah*. <http://www.rumahjogjaindonesia.com/isi-majalah/kpr-hits-buat-kita-milenial-pembiayaan-ala-btn-syariah.html>.
- Wid. 2016. “Lahan Permukiman Di Kota Yogyakarta Makin Berkurang Artikel Ini Telah Tayang Di Tribunjogja.Com Dengan Judul Lahan Permukiman Di Kota Yogyakarta Makin Berkurang, . Penulis: Wid Editor: Ton.” *Tribunjogja*. <https://jogja.tribunnews.com/2016/09/26/lahan-permukiman-di-kota-yogyakarta-makin-berkurang>.
- Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS, Dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yogyakarta, Pemerintah Kota. *KONDISI GEOGRAFIS KOTA YOGYAKARTA*.