

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Millenial Dalam Memilih Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Syariah Subsidi (Studi Kasus Nasabah Bank Sumut Kcp Syariah Marelana Raya)

Factors influencing the decision of the millennial generation in choosing subsidized housing loans at Bank Sumut KCP Syariah Marelana Raya (Case studies of customers of Bank Sumut KCP Syariah Marelana Raya)

Dinda Nur Hafizah^{a,1}, M. Abrar Kasmin Hutagalung^{b,2}

^aprogram Studi Ekonomi Syariah, Universitas Potensi Utama

^b Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Potensi Utama

^{a,b} Universitas Potensi Utama, K.L. Yos Sudarso KM 6,5 No.3A Tj. Mulia – Medan

Dindanurhafizah0805@gmail.com¹, mabrarkasmin@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai hal-hal yang menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah milenial dalam memilih KPR. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor yang mempengaruhi nasabah milenial Bank Sumut KCP Syariah Marelana Raya dalam memilih KPR. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Yang dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Dalam penelitian ini memiliki 124 populasi dan 55 sampel. Dalam penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin. Instrumen pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian menggunakan penyebaran kuesioner. Penelitian ini memperoleh Adjust r square sebesar 0,644 atau 64,4% yang menunjukkan 64,4% varian Keputusan Generasi Millenial dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini sedangkan sisanya 35,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial variabel Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Generasi Millenial dengan t hitung $1.439 < 2.007$, Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Generasi Millenial dengan t hitung $2.138 > 2.007$ dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Generasi Millenial dengan t hitung $4.747 > 2.007$ serta Promosi Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembeli.

Kata Kunci : Generasi Millenial, Harga, Lokasi, Promosi, KPR Subsidi

ABSTRACT

This research discusses the factors that influence millennial customers' decisions in choosing mortgages. The purpose of this study is to find out what are the factors that influence the millennial customers of Bank Sumut KCP Syariah Marelana Raya in choosing a mortgage. The method used in this research is a quantitative method. Which were analyzed using multiple linear regression. In this study, there were 124 populations and 55 samples. In the treatment of this research sample using the slovin formula. The data collection instrument used in the study used questionnaires. This study obtained an Adjust r square of 0.644 or 64.4% which indicates 64.4% of the Millennial Generation Decision variance is explained by the independent variables in this study while the remaining 35.6% is explained by other variables outside this study. The results of the study stated that partially the price variable had no positive and significant effect on Millennial Generation Decisions with t count $1.439 < 2.007$, Location had a positive and significant effect on Millennial Generation Decisions with t count $2.138 > 2.007$ and Promotion had a positive and significant effect on Millennial Generation Decisions with t count $4.747 > 2.007$ and Location Promotion has a positive and significant effect on Buyer's Decisions.

Keywords : Millennial Generation, Price, Location, Promotion, subsidized mortga.

Info Artikel :

Disubmit:14 Juni 2023

Direview:16 Juli 2023

Diterima :18 Agustus 2023

Copyright © 2023 - Journal UPU. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Rumah merupakan kebutuhan primer bagi manusia setelah sandang dan pangan. Maka dari itu, tidak heran jika memiliki rumah adalah impian bagi setiap orang. Rumah sangat penting bagi keluarga, karena rumah merupakan tempat berlindung, berkomunikasi serta berbagi kasih sayang antar-anggota keluarga sekaligus sebagai sarana investasi. Fungsi rumah yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung, kini sebuah rumah juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya.ⁱ

KPR syariah merupakan produk pembiayaan perbankan yang berlandaskan prinsip syariah dan ditujukan untuk pembelian rumah atau hunian. Dasar hukum KPR syariah mengacu kepada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Selain itu, KPR syariah juga harus mengikuti sejumlah aturan fatwa dari Dewan Syariah Nasional Majelis Utama Indonesia (MUI). Bentuk imbalan atau pengambilan keuntungan dalam KPR syariah, meliputi: Profit margin: jika akad yang dipakai adalah murabahah atau jual beli Jasa (ujrah / fee): jika akad yang dipakai adalah istishna' atau pesan bangun. Fee sewa: jika akad yang digunakan adalah ijarah muntahiyah bi tamlik (sewa beli) Bagi hasil keuntungan: jika akad yang digunakan adalah musarakah mutanaqishah.¹

KPR subsidi adalah suatu kredit untuk masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah guna memenuhi kebutuhan perumahan atau perbaikan rumah yang telah dimiliki. Bentuk subsidi yang diberikan berupa subsidi meringankan kredit dan subsidi menambah dana pembangunan atau perbaikan rumah. Kredit subsidi ini diatur tersendiri oleh Pemerintah, sehingga tidak setiap masyarakat yang mengajukan kredit dapat diberikan fasilitas ini. Secara umum batasan yang ditetapkan oleh Pemerintah dalam memberikan subsidi adalah penghasilan pemohon dan maksimum kredit yang diberikan.ⁱⁱ

Generasi milenial merupakan generasi yang lahir pada era 80-90an keatas yang identik dengan karakter berani, inovatif, kreatif, dan modern. Generasi milenial dikenal dengan generasi modern yang berpikir inovatif tentang organisasi, aktif bekerja, memiliki rasa kemauan yang tinggi untuk bekerja dengan optimisme, kreatif, terbuka, dan fleksibel, sehingga generasi ini memiliki harapan yang sangat berbeda berkaitan dengan permasalahan ekonomi, lingkungan, dan persoalan sosial politik. ¹

Milenial atau sering disebut generasi Y adalah sekelompok orang yang lahir setelah generasi X. Mereka lahir pada kisaran 1980 hingga 2000-an. Milenial atau sering disebut generasi Y adalah sekelompok orang yang lahir setelah generasi X. Mereka lahir pada kisaran 1980 hingga 2000-an. Permintaan produk KPR Syariah Subsidi di Bank Sumut KCP Syariah Marelana Raya mengalami penurunan dan peningkatan seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 1
Data jumlah nasabah yang mengambil produk KPR Subsidi di Bank Sumut KCP Syariah Marelana Raya

No	Tahun	Nasabah
1	2018	28
2	2019	68
3	2020	26
4	2021	2
Jumlah		124 nasabah

Generasi milenial dianggap sebagai sasaran pasar properti di sejumlah kawasan berkembang dikarenakan kalangan milenial yang mulai mendapatkan pekerjaan, belum memiliki rumah, serta baru menjalani kehidupan mandiri sehingga berpotensi untuk membeli rumah pertama dengan cara mencicil atau mengajukan pembiayaan KPR di lembaga keuangan seperti bank syariah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. *Bank Syariah*

1) Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan Masalah riba. Bank Islam atau bank syariah adalah bank yang Beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau Biasa disebut bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau Perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiannya Disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam. ⁱⁱⁱ

2) Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan Dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai Institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain Bertujuan meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank Konvensional pada umumnya, bank syariah juga mempunyai tujuan Diantaranya sebagai berikut :

- a. Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi.
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan.
- c. Membentuk masyarakat agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- d. Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank Syari'ah dapat Beroperasi, tumbuh, dan berkembang melebihi bank – bank dengan Metode lain. ¹
- e. Karakteristik Bank Syariah

3) Karakteristik fundamental bank syariah yaitu:

- a. Penghapusan riba.
- b. Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran Sosio-ekonomi Islam.
- c. Bank Syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari Bank komersial dan bank investasi.
- d. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati Terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada Penyertaan modal karena bank komersial syariah menerapkan Profit list sharing dalam konsinyasi, ventura, bisnis atau industri.
- e. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan anatara bank syariah Dan pengusaha.
- f. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi Likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antar Bank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah. ^{iv}

3. METODE

A. *Waktu dan Lokasi Penelitian*

Penelitian ini dilakukan di Bank Sumut KCPSy Marelan Raya yang beralamat di Komp. Pertokoan Brayan Trade Center Jl. Veteran No.13-14 Desa Helvetia Kec. Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang. Dengan waktu penelitian di mulai dari tanggal 10 Maret 2022 – 10 Agustus 2022

B. *Jenis Penelitian*

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deksriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya. ¹

C. *Populasi dan Sampel Penelitian*

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya.^v Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah nasabah KPR Subsidi Bank Sumut KCP Syariah Marelan Raya yang mengambil kredit pemilikan rumah syariah bersubsidi yang berumur di rentang usia 20 sampai 40 tahun, dari tahun 2018-2021 dengan jumlah 124 nasabah. Sedangkan Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representatif (mewakili).¹ Dalam menentukan sample penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling yaitu tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti, sehingga perlunya mempertimbangkan kriteria – kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan di penelitian ini.

Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian adalah nasabah Bank Sumut KCP Syariah Marelan Raya yang berumur 20 –40 tahun yang mengambil produk pembiayaan KPR Syariah Subsidi sebanyak 124 Nasabah millenial.

$$N = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

E2 =persen kelonggaran ketidaktelitian (10%).

$$N = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

$$N = \frac{124}{1 + 124 (0,1)^2} = 55$$

Maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 55 orang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Hasil Penelitian Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Product Moment Person. Dalam hal ini n adalah sampel berjumlah 55 responden sehingga df nya adalah 55 – 2 maka dihasilkan df = 53 dengan alpha 0,1 didapatkan r tabel sebesar 0,2241. Hasil uji validitas selengkapnya sebagai berikut :

Variabel Keputusan Generasi Millenial dalam Memilih KPR Syariah Subsidi (Y)

Tabel 1
Hasil Uji Validitas keputusan generasi millenial dalam memilih KPR Syariah (Y)

Butir Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan	Hasil
P1	0.646	0,224	r hitung>rtabel	Valid
P2	0.705	0,224	r hitung>rtabel	Valid
P3	0.772	0,224	r hitung>rtabel	Valid
P4	0.703	0,224	r hitung>rtabel	Valid
P5	0.633	0,224	r hitung>rtabel	Valid

Berdasarkan hasil tabel 1 maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel Keputusan Generasi Millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi dinyatakan valid, karena r hitung > r tabel sebesar 0,224.

Variabel Harga (X1)

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Butir Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan	Hasil
P1	0.409	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P2	0.570	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P3	0.514	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P4	0.691	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P5	0.605	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid

Berdasarkan hasil tabel 2 maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid, karena r hitung > r tabel sebesar 0,224.

Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Butir Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan	Hasil
P1	0.636	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P2	0.752	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P3	0.776	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P4	0.724	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P5	0.722	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid

Berdasarkan hasil tabel 3 maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Promosi

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)

Butir Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan	Hasil
P1	0.780	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P2	0.621	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P3	0.580	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P4	0.750	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid
P5	0.638	0,224	$r \text{ hitung} > r_{\text{tabel}}$	Valid

Berdasarkan hasil tabel 4 maka dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel promosi dinyatakan valid, karena r hitung $>$ r tabel sebesar 0,224.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji ini berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variable dikatakan reliable jika nilai coefficients cronbach's alpha $>$ 0,60. Hasil uji realibilitas adalah sebagai berikut :

Uji Realibilitas Keputusan Generasi Millenial (Y)

Tabel 5
Hasil Uji Realibilitas Keputusan Generasi Millenial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	5

Pada tabel 5 dijelaskan bahwa nilai cronbach alpha dari variabel Keputusan Generasi Millenial (Y) sebesar 0,867. Ini menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha variabel lebih dari standar minimal cronbach alpha atau $>$ 0,60.

Uji Realibilitas Variabel Harga (X1)

Tabel 6
Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.780	5

Pada tabel 6 dijelaskan bahwa nilai cronbach alpha dari variabel Harga (X1) sebesar 0,780. Ini menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha variabel lebih dari standar minimal cronbach alpha atau $>$ 0,60.

Uji Realibilitas Variabel Lokasi (X2)

Tabel 7
Hasil Uji Realibilitas Variabel Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	5

Pada tabel 7 dijelaskan bahwa nilai cronbach alpha dari variabel Keputusan Generasi Millenial (Y) sebesar 0,883. Ini menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha variabel lebih dari standar minimal cronbach alpha atau $>$ 0,60.

Uji Realibilitas Variabel Promosi (X3)

Tabel 8
Hasil Uji Realibilitas Variabel Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	5

Pada tabel 8 dijelaskan bahwa nilai cronbach alpha dari variabel Keputusan Generasi Millennial (Y) sebesar 0,855. Ini menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha variabel lebih dari standar minimal cronbach alpha atau $> 0,60$.

c. Persamaan Register Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Model analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis regresi berganda (multiple regression). Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini :

Tabel 9
Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.461	2.270		.203	.840
	HARGA	.122	.085	.119	1.439	.156
	LOKASI	.219	.102	.259	2.138	.037
	PROMOSI	.647	.136	.575	4.747	.000
a. Dependent Variable: Y						

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3 + e$$

Keterangan : $Y = 0,461 + 0,122 + 0,219 + 0,647 + e$

Koefisien regresi keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi (Y) adalah 0,461 yang artinya apabila nilai dari variabel lainnya tetap constant, maka keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi adalah sebesar 0,461 satuan

Koefisien regresi Harga (X1) adalah 0,122 yang artinya setiap kenaikan atau penurunan Harga sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (constant), maka keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi akan mengalami kenaikan atau penurunan 0,122 satuan.

Koefisien regresi Lokasi (X2) adalah 0,219 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai harga sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (constant), maka keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,219 satuan.

Koefisien regresi Promosi (X3) adalah 0,647 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai harga sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (constant), maka keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,647 satuan.

d. Uji Asumsi Klasik

Penggunaan uji asumsi klasik untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, autokorelasi, dan linieritas. Dalam hal ini peneliti menggunakan SPSS untuk mengolah data, adapun hasil pengolahan data sebagai berikut :

Hasil Uji Normalitas. Uji Normalitas dilakukan dengan melakukan uji statistic One Sample Kolmogrov – Smirnov dengan hasil sebagai berikut

Tabel 10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		HARGA	LOKASI	PROMOSI	Y
N		55	55	55	55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.51	17.49	19.78	19.35
	Std. Deviation	4.521	5.531	4.149	4.668
Most Extreme Differences	Absolute	.102	.111	.122	.119
	Positive	.076	.087	.104	.113
	Negative	-.102	-.111	-.122	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		.756	.826	.903	.885
Asymp. Sig. (2-tailed)		.617	.503	.389	.413
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					

Berdasarkan tabel bahwa Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistic Kolmogrov-Smirnov dengan nilai signifikansi sebesar X1 0,617, X2 0,503, X3 0,389, Y 0,413 atau lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

e. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.461	2.270		.203	.840		
	HARGA	.122	.085	.119	1.439	.156	.971	1.030
	LOKASI	.219	.102	.259	2.138	.037	.449	2.228
	PROMOSI	.647	.136	.575	4.747	.000	.450	2.223

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel Harga (X1) adalah 0,971, nilai variabel Lokasi (X2) adalah 0,449, nilai variabel Promosi (X3) adalah 0,450. Sedangkan nilai VIF variabel harga (X1) adalah 1,030, nilai VIF variabel lokasi (X2) adalah 2,228, nilai VIF variabel promosi (X3) adalah 2,223 dimana kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan dari hasil Uji Multikolinearitas tidak terjadi Multikolinearitas antar variabel dalam model regresi ini karena setiap variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Mode regresi pengaruh lokasi harga promosi terhadap keputusan generasi millennial tidak terjadi gejala multikolinearitas.

f. Uji Heterokedastisita

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara pengambilan keputusan dengan melihat grafik scatterplot dan uji glejser, sebagai berikut :

Tabel 12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.656	1.272		1.303	.199
	harga (x1)	.038	.048	.112	.806	.424
	lokasi (x2)	-.071	.057	-.255	-1.246	.218
	promosi (x3)	.055	.076	.147	.717	.476
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Apabila nilai Sig > 0,10 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil pada tabel diatas menunjukkan nilai Sig variable Harga 0,424 > 0,10 Lokasi 0,218 > 0,10 dan Promosi 0,476 > 0,10 sehingga tidak ada gejala heterokedastisitas.

g. Uji Linearitas

Uji linearitas harga (X1) terhadap keputusan generasi millenial (Y)

Tabel 13
Uji linearitas harga terhadap keputusan generasi millenial

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
keputusan generasi * harga	Between Groups	(Combined)	326.008	14	23.286	1.095	.391
		Linearity	73.759	1	73.759	3.469	.070
		Deviation from Linearity	252.248	13	19.404	.913	.548
	Within Groups		850.429	40	21.261		
	Total		1176.436	54			

Berdasarkan tabel 4.21 hasil uji linearitas variabel harga terhadap keputusan generasi millenial memperoleh nilai sig. deviation from linearity sebesar 0,548 > 0,10 yang artinya terdapat hubungan linear antara harga terhadap keputusan generasi millenial.

Uji linearitas Lokasi (X2) terhadap keputusan generasi millenial (Y)

Tabel 14
Uji linearitas Lokasi terhadap keputusan generasi millenial

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan generasi * lokasi	Between Groups	(Combined)	767.677	16	47.980	4.460	.000
		Linearity	583.432	1	583.432	54.238	.000
		Deviation from Linearity	184.245	15	12.283	1.142	.356
	Within Groups		408.760	38	10.757		
	Total		1176.436	54			

Berdasarkan tabel 14 hasil uji linearitas variabel Lokasi terhadap keputusan generasi millenial memperoleh nilai sig. deviation from linearity sebesar $0,356 > 0,10$ yang artinya terdapat hubungan linear antara lokasi terhadap keputusan generasi millenial.

Uji linearitas Promosi (X2) terhadap keputusan generasi millenial (Y)

Tabel 15

Hasil uji linearitas promosi terhadap keputusan generasi millenial

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan generasi * promosi	Between Groups	(Combined)	824.479	14	58.891	6.693	.000
		Linearity	725.514	1	725.514	82.455	.000
		Deviation from Linearity	98.964	13	7.613	.865	.593
	Within Groups		351.958	40	8.799		
	Total		1176.436	54			

Berdasarkan tabel 15 hasil uji linearitas variabel Promosi terhadap keputusan generasi millenial memperoleh nilai sig. deviation from linearity sebesar $0,593 > 0,10$ yang artinya terdapat hubungan linear antara Promosi terhadap keputusan generasi millenial.

h. Uji Hipotesis

4) Uji T (Uji Parsial)

Tabel 16

Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.461	2.270		.203	.840
	harga (X1)	.122	.085	.119	1.439	.156
	lokasi (X2)	.219	.102	.259	2.138	.037
	promosi (X3)	.647	.136	.575	4.747	.000

a. Dependent Variable: keputusan (Y)

Berikut ini hasil yang didapat dari tabel di atas dalam melihat pengaruh secara parsial atau secara sendiri-sendiri antara X1, X2, dan X3 terhadap Y.

Harga (X1) terhadap Keputusan Generasi Millenial dalam memilih KPR Syariah Subsidi

Dari penelitian di atas bahwa Sig adalah $0.156 > 0.10$ maka H_0 diterima

Untuk t hitung = 1.439 dan t.tabel= 2.007, jadi $1.439 < 2.007$ maka H_0 diterima.

Secara parsial Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi millenial dalam memilih KPR Syariah subsidi.

Lokasi (X2) terhadap Keputusan generasi millenial dalam memilih KPR Syariah subsidi

Dari penelitian di atas bahwa Sig adalah $0.037 < 0.10$ maka H_0 ditolak

Untuk t hitung = 2.138 dan t tabel 2.007, jadi $2.138 > 2.007$ maka H_0 ditolak

Secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan millennial dalam memilih KPR Syariah subsidi.

Promosi (X3) terhadap keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah subsidi

Dari penelitian di atas bahwa Sig adalah $0.000 < 0.10$ maka H_0 ditolak

Untuk t hitung = 4.747 dan t tabel 2.007, jadi $4.216 > 2.007$ maka H_0 ditolak

Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan millennial dalam memilih KPR Syariah subsidi.

5) Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil dari uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 17
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	780.666	3	260.222	33.533	.000 ^b
	Residual	395.770	51	7.760		
	Total	1176.436	54			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, LOKASI						

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig adalah $0,000 < 0,10$, maka H_0 ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara Harga, Lokasi dan Promosi terhadap keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi secara simultan.

F hitung < F tabel maka H_0 diterima

Jika F hitung > F tabel maka H_0 ditolak.

F table $V_1 = K$, $V_2 = n - k - 1$ sehingga F tabelnya adalah 2.78. F hitung > F tabel yaitu $33.533 > 2.78$, maka H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh antara Harga, Lokasi dan Promosi terhadap keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi secara simultan.

6) Uji Determinasi (R2)

Uji koefisien determinasi (R2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan pengaruh variabel independen (X) dapat menjelaskan variabel (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.644	2.786
a. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, LOKASI				
b. Dependent Variable: Y				

Berdasarkan tabel di atas nilai Adjusted R Square adalah 0,644. Hal tersebut berarti 64,4% yang menunjukkan bahwa keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi dipengaruhi Harga, Lokasi dan Promosi. Sedangkan sisanya 35,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti atau di luar model.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi di Bank Sumut KCP Syariah Marelana Raya. Keputusan nasabah disini menjadi perilaku ketertarikan terhadap suatu produk dan akhirnya menginginkan produk tersebut dengan cara melakukan pembelian.

Berikut adalah pembahasan masing – masing variabel terkait penelitian ini.

Pengaruh Harga terhadap keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda koefisien variabel harga (X1) sebesar 0,122 yang artinya setiap kenaikan atau penurunan harga sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (constant), maka keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi akan mengalami kenaikan atau penurunan 0,122 satuan. Hasil uji statistik secara parsial bahwa Sig adalah 0.156 > 0.10 maka H_0 diterima.

Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama. Dalam teori ekonomi disebutkan bahwa harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, maka tinggi rendahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2018) bahwa variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah KPR iB Griya pada PT Bank Sumut Cabang Syariah dengan nilai t hitung sebesar 1,213 Dengan t tabel sebesar 1,663. Selain itu penelitian Malasari (2015) juga menyatakan hal yang sama bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk KPR Griya Bank Syariah Mandiri KCP Batangtoru Sumatra Utara.

Pengaruh lokasi perumahan terhadap keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi

Hasil uji regresi linear berganda dihasilkan koefisien 0,219 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai harga sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (constant), maka keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,219 satuan. Hasil uji statistik secara parsial bahwa Sig adalah 0.037 < 0.10 maka H_0 ditolak pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, variabel lokasi (X2) memperoleh nilai t hitung = 2.138 dan t tabel 2.007, jadi 2.138 > 2.007 maka H_0 ditolak. Secara parsial

lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan millennial dalam memilih KPR Syariah subsidi.

Hasil penelitian ini sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Habiby (2013), bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil KPR, dimana nilai signifikansinya 0,003 yaitu lebih kecil dari 0,05

Pengaruh promosi terhadap keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi

Hasil uji regresi linear berganda dihasilkan Koefisien regresi Promosi (X3) adalah 0,647 yang artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai harga sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (constant), maka keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,647 satuan. Hasil uji statistic secara parsial bahwa pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, variabel promosi (X3) memperoleh nilai bahwa Sig adalah $0.000 < 0.10$ maka H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Maulana (2020) bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih KPR pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ulee Karang dengan nilai thitung 2,979.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Secara parsial Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah subsidi dengan t hitung = 1.439 dan t.tabel= 2.007, jadi $1.439 < 2.007$ maka H_0 diterima.
- Secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan millennial dalam memilih KPR Syariah subsidi dengan nilai t hitung = 2.138 dan t tabel 2.007, jadi $2.138 > 2.007$ maka H_0 ditolak.
- Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan millennial dalam memilih KPR Syariah subsidi dengan t hitung = 4.747 dan t tabel 2.007, jadi $4.216 > 2.007$ maka H_0 ditolak.
- Secara simultan terdapat pengaruh antara Harga, Lokasi dan Promosi terhadap keputusan generasi millennial dalam memilih KPR Syariah Subsidi F table $V_1 = K$, $V_2 = n-k-1$ sehingga F tabelnya adalah 2.78. F hitung > F tabel yaitu $33.533 > 2.78$, maka H_0 ditolak

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak dan terkhusus untuk kedua orang tua saya yang memberikan doa, dukungan. Kemudian kepada bapak M. Abrar Kasmin Hutagalung, M.A selaku pembimbing penulisan karya ilmiah ini dan pihak perusahaan Bank Sumut KCP Sy Marelan Raya yang telah bersedia memberikan izin melakukan penelitian ini, serta seluruh pihak yang memberi dukungan pada penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Ali, Hasanudin. 2017. Milenial Nusantara. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Adi, Yahya. Analisis Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KPR Syariah. Jurnal Ilmiah.
- [3] Didin, Anang. 2019. Pemasaran Jasa . Yogyakarta: CV. Budi Utama

- [4] Hardjono, suzana. 2018. Mudah memiliki rumah dengan KPR. Jakarta: PT. Pustaka Gratama.
- [5] Febriano Clinton Pola, dkk. 2018. Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- [6] Haryanto Erie, Made Warka. Kedudukan Bank Syariah dalam Perbankan Syariah. Jurnal Iqtishadia : Jurnal Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah
- [7] Ifham, Ahmad. 2017. Ini lho KPR Syariah. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [8] MAK Hutagalung, dkk. 2019. Generasi Muslim Millenial dan Wirausaha. SINDIMAS 1 (1) 300 – 304.
- [9] Prima, Andreas, dkk. 2021. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Bogor: Yayasan Kita Menulis.
- [10] Siyoto, santu. 2019. Dasar Metodologi Penelitian. Karang Anyar: Literasi Media Publishing.
- [11] Sugiyono. 2015. Metode penelitian, pendidikan, pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Bandung : CV. Alfabeta.
- [12] Sumarwan, Ujang. 2018. Pemasaran Strategik. Bogor: Penerbit IPB Press.
- [13] Wiratna, Sujawerni. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

ⁱ Sapi'I dan Setiawan, Pemilihan Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah. Joernal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 2, No. 1, 2016, Hal. 9

ⁱⁱ Hasbullah Malau, Implementasi Program KPR Subsidi Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah. Jurnal perspektif, Vol. 2, No 2, 2017, Hlm. 7

ⁱⁱⁱ Ismail. "Perbankan Syariah". (Jakarta : Pranamedia Grup, 2017). Hlm. 30.

^{iv} Prima Andreas, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, (Bogor : Yayasan kita menulis. 2021), Hlm 42.

^v Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), Hlm. 115