

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGARUH SOSIAL DAN
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT GENERASI
MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN
KPR PADA BANK MUAMALAT INDONESIA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Desy Nuraini
NIM : 43119010142

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGARUH SOSIAL DAN
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT GENERASI
MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN
KPR PADA BANK MUAMALAT INDONESIA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Desy Nuraini

NIM : 43119010142

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desy Nuraini
NIM : 43119010142
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Desember 2023



UNIVERSIT
MERCU BUANA

Desy Nuraini

NIM 43119010142

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Desy Nuraini
NIM : 43119010142
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGARUH SOSIAL DAN
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT GENERASI
MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN KPR PADA
BANK MUAMALAT INDONESIA
Tanggal Sidang : 10 Januari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ali Hanafiah, SE., MM., DBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 01243381



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Bank Muamalat merupakan salah satu penyalur Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah dan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang perbankan dengan unit kerja sebagai bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah islam dalam menjalankan operasionalnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan pengetahuan produk terhadap niat generasi milenial menggunakan produk pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank Muamalat Indonesia. Subjek penelitian ini adalah Generasi Milenial Muslim di Indonesia dengan jumlah sampel 210 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan (PLS-SEM) dengan alat analisis Smart-PLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan, pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan, dan pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial menggunakan produk pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank Muamalat Indonesia.

Kata kunci: Religiusitas, Pengaruh Sosial, Pengetahuan Produk, Niat Menggunakan, Generasi Milenial, Kredit Pemilikan Rumah, Bank Muamalat Indonesia

MERCU BUANA

ABSTRACT

Bank Muamalat is one of the sharia Home Ownership Credit (KPR) distributors and a company engaged in banking with a work unit as the first commercial bank in Indonesia to apply Islamic sharia principles in carrying out its operations. The purpose of this study is to test and analyze the influence of religiosity, social influence and product knowledge on the intention of the millennial generation to use Home Ownership Credit (KPR) financing products at Bank Muamalat Indonesia. The subject of this study was the Muslim Millennial Generation in Indonesia with a sample of 210 respondents. The sampling technique in this study uses Non-Probability Sampling Technique using purposive sampling method. By using a quantitative approach. Analysis of used data (PLS-SEM) with the Smart-PLS 3.2.9 analysis tool. The results showed that religiosity has a positive and significant influence on the intention to use, social influence has a positive and significant influence on the intention to use, and product knowledge has a positive and significant influence on the intention of the millennial generation to use Home Ownership Credit (KPR) financing products at Bank Muamalat Indonesia.

Keywords: Religiosity, Social Influence, Product Knowledge, Intention To Use, Millennial Generation, Home Ownership Credit, Bank Muamalat Indonesia

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial, dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Generasi Milenial Menggunakan Produk Pembiayaan KPR Pada Bank Muamalat Indonesia”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ali Hanafiah, SE., MM., DBA selaku Dosen Pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan, bimbingan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi selesainya proposal skripsi ini.
2. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Sri Marti Pramudena, MM., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
7. Kedua orang tua, Bapak Ngadiyanto dan Ibu Muslimah, serta Kakak tersayang Dewi Puji Yanti atas doa dan dukungannya baik secara moril maupun material

8. Teman-teman seperjuangan khususnya Putri Utami, Wangi Berlian Zahra, Maulia Liestyani, dan Prihatini Dwi Karunia yang telah memberikan semangat, motivasi dan bantuan kepada penulis.
9. Teman seperbimbingan yang saling membantu dan memberikan semangat kepada satu sama lain.
10. Pihak-pihak lain yang tidak disebutkan satu persatu atas bantuan motivasi dan doanya selama penelitian ini dilakukan.
11. Terimakasih untuk diri saya sendiri karena sudah percaya terhadap diri sendiri, selalu bisa diandalkan dalam keadaan apapun dan sudah bekerja keras sampai berada di titik ini. Terimakasih kepada diri sendiri meski kadang ingin menyerah namun selalu menemukan celah untuk bangkit lagi.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran bahkan kritik yang dapat membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Desember 2023

Desy Nuraini

NIM 43119010142

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDRIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Manajemen Pemasaran.....	15
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
b. Strategi Manajemen.....	15
2. Perilaku Konsumen	17
3. Bank Syariah	21
a. Pengertian Bank Syariah	21
b. Jenis-jenis Bank Syariah	22
c. Akad-akad Pembiayaan Bank Syariah	23
4. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	25
5. Generasi Milenial	26
6. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	29
7. Niat Menggunakan	32
a. Pengertian Niat Menggunakan	32
b. Indikator Niat Menggunakan	33
8. Religiusitas	33
a. Pengertian Religiusitas	33
b. Indikator Religiusitas	34

9. Pengaruh Sosial	35
a. Pengertian Pengaruh Sosial	35
b. Indikator Pengaruh Sosial	36
10. Pengetahuan Produk	36
a. Pengertian Pengetahuan Produk	36
b. Indikator Pengetahuan Produk	38
11. Penelitian Terdahulu	39
B. Pengembangan Hipotesis	44
1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Menggunakan	44
2. Pengaruh Sosial Terhadap Niat Menggunakan	45
3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Menggunakan	46
C. Kerangka Konseptual	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Waktu dan Tempat Penelitian	48
B. Desain Penelitian	48
C. Definisi dan Operasional Variabel	49
1. Definisi Variabel	49
2. Operasional Variabel	51
D. Skala Pengukuran Variabel	54
E. Populasi dan Sampel Penelitian	54
1. Populasi	54
2. Sampel	55
F. Metode Pengumpulan Data	57
G. Metode Analisis Data	58
1. Analisis Deskriptif	58
2. Uji Instrumen	59
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	59
a. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	60
b. Model Struktural atau Uji Hipoteses (<i>Inner Model</i>)	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
B. Karakteristik Responden	68
C. Hasil Deskriptif Variabel	71
1. Deskriptif Variabel Niat Menggunakan (Y)	71
2. Deskriptif Variabel Religiusitas (X1)	72
3. Deskriptif Variabel Pengaruh Sosial (X2)	74

4. Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk (X3)	75
D. Metode Analisis Data	76
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	77
a. <i>Convergent Validity</i>	77
b. <i>Discriminant Validity</i>	79
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	82
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	83
a. Uji Multikolinearitas (<i>Variance Inflation Factor</i>)	83
b. Nilai <i>R-Square</i>	84
c. <i>f² Effect Size</i>	85
d. <i>Prediction Relevance (Q2)</i>	86
e. Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>)	87
E. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. H1 : Pengaruh Religiusitas Positif dan Signifikan terhadap Niat Menggunakan	90
2. H2 : Pengaruh Pengaruh Sosial Positif dan Signifikan terhadap Niat Menggunakan	91
3. H3 : Pengaruh Pengetahuan Produk Positif dan Signifikan terhadap Niat Menggunakan	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
A. SIMPULAN	93
B. SARAN	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Segmen Usaha	4
1.2	Hasil Pra-survei.....	9
2.1	Perbedaan Generasi.....	27
2.2	Penelitian Terdahulu.....	39
3.1	Operasional Variabel	52
3.2	Instrumen Skala <i>Likert</i>	54
3.3	<i>Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif</i>	62
3.4	<i>Rule of Thumb Reabilitas Outer Model Reflektif</i>	62
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktur (<i>Inner Model</i>)	65
4.1	Jenis_Kelamin.....	69
4.2	Muslim	69
4.3	Usia	70
4.4	Pekerjaan.....	70
4.5	Deskriptif Variabel Niat Menggunakan	71
4.6	Deskriptif Variabel Religiusitas.....	72
4.7	Deskriptif Variabel Pengaruh Sosial.....	74
4.8	Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk.....	75
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Results</i>	78
4.10	Hasil Uji <i>Discriminant (Cross Loading)</i>	80
4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker-Critetion)</i>	81
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (HTMT)</i>	82
4.13	Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	84
4.14	Hasil Uji <i>R-Square</i>	85

4.15	Hasil Uji f^2 <i>Effect Size</i>	86
4.16	Hasil Uji <i>Prediction Relevance (Q2)</i>	86
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>).....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Penduduk Indonesia	2
1.2	Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Generasi	7
2.1	Kerangka Konseptual.....	47
4.1	Hasil <i>Algoritma PLS</i>	78
4.2	Hasil <i>Boostrapping</i>	88



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1:	Pra-survei.....	104
Lampiran 2:	Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 3:	Hasil Kuesioner Responden	115
Lampiran 4:	Hasil Deskriptif Responden SPSS 25.....	123
Lampiran 5:	Hasil Deskriptif Variabel SPSS 25.....	124
Lampiran 6:	Hasil <i>Output</i> SmartPLS 3.2.9	125

