

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN DEBITUR DALAM MEMILIH PRODUK KPR BERSUBSIDI PADA PERUSAHAAN PT. MADANI SEJAHTERA INVESTASI

Ainin Hadrah¹, Siti Hurhayati²
Magister Manajemen Universitas Pekalongan
Email: aininhadrah28@gmail.com

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: 10.53866/jimi.v5i1.672

Abstract

The limited access of low-to-middle-income communities to affordable and decent housing persists despite the increasing demand for subsidized mortgage (KPR Bersubsidi) homes at PT. Madani Sejahtera Investasi. This study aims to determine the influence of Service and Administration, Promotion, and Building Quality factors on debtors' decisions in choosing subsidized mortgage products at PT. Madani Sejahtera Investasi. This research employs a quantitative approach, with data collection conducted through questionnaires targeting a population of debtors who have opted for subsidized mortgage products at PT. Madani Sejahtera Investasi. The sampling technique used is Non-Probability Sampling. Data analysis is performed using multiple linear regression analysis with SPSS software. The findings indicate that the Service and Administration variable has a positive and significant influence on debtors' decisions in choosing subsidized mortgage products at PT. Madani Sejahtera Investasi. The Promotion variable has a negative but not significant influence on debtors' decisions, while the Building Quality variable has a positive and significant influence on debtors' decisions. Based on these findings, it is recommended that PT. Madani Sejahtera Investasi enhance its evaluation of effective promotional outreach to ensure that the public is aware of the availability of subsidized mortgage products offered by the company.

Keywords: Service and Administration, Promotion, Building Quality, Debtors' Decisions

Abstrak

Rendahnya akses masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah untuk memiliki rumah layak huni dengan harga terjangkau, meskipun permintaan terhadap rumah KPR Bersubsidi di PT. Madani Sejahtera Investasi terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor Pelayanan dan Administrasi, Promosi dan Kualitas Bangunan terhadap keputusan debitur dalam memilih produk KPR Bersubsidi pada PT. Madani Sejahtera Investasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan populasi beberapa debitur yang telah mengambil produk KPR Bersubsidi pada PT. Madani Sejahtera Investasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan administrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan debitur dalam memilih produk KPR Bersubsidi pada PT. Madani Sejahtera Investasi, variabel promosi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan debitur dalam memilih produk KPR Bersubsidi pada PT. Madani Sejahtera Investasi, dan variabel kualitas bangunan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan debitur dalam memilih produk KPR Bersubsidi pada PT. Madani Sejahtera Investasi. Hasil di atas disarankan bahwa PT Madani Sejahtera Investasi perlu meningkatkan evaluasi tentang promosi sosialisasi yang efektif agar masyarakat mengetahui bahwasanya terdapat produk KPR Bersubsidi Pada PT. Madani Sejahtera Investasi.

1. Pendahuluan

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun serta dibarengi dengan bertambahnya pendapatan perkapita masyarakat, kebutuhan akan tempat tinggal menjadi meningkat. Rumah merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi setiap individu. Tempat tinggal menjadi sangat penting dalam kehidupan seseorang karena sosial kemasyarakatan diawali dari tempat tinggal dan lebih dalamnya dimulai dari rumah. Sebagai kebutuhan mendasar dalam membangun kehidupan dalam masyarakat tingkat permintaan akan properti khususnya rumah tidak akan pernah berhenti. Jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah tidak diimbangi dengan penduduk yang mempunyai rumah/tempat tinggal, ini menjadi permasalahan yang harus diatasi pemerintah terkait kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS), permintaan rumah (*backlog*) pada tahun 2014 sebesar 13,5 juta unit berdasarkan konsep kepemilikan. Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat mengatakan bahwa kebutuhan rumah yang dapat dipenuhi pemerintah hanya sekitar 400 ribu hingga 500 ribu unit, akibatnya backlog akan terus naik tiap tahunnya. Persoalan lainnya adalah rumah yang tidak layak huni sebanyak 3,4 juta. Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan tempat tinggal dan pembangunan nasional demi mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat yang menjadi tujuan bangsa Indonesia, maka pemerintah menyediakan dan menyelenggarakan program yang salah satunya yaitu program kredit kepemilikan rumah bagi rakyat atau disebut juga dengan KPR. Permasalahan ketersediaan lahan bagi perumahan mengakibatkan harga jual properti semakin meningkat. Ini menjadi beban bagi masyarakat yang ingin mempunyai rumah namun penghasilannya tidak besar. Fenomena ini membuka kesempatan bagi penyedia layanan jasa keuangan untuk memberikan bantuan Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Bank sebagai salah satu lembaga penyedia jasa keuangan diharapkan pemerintah dapat membantu memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat melalui proses yang sederhana dan terjangkau semua kalangan. KPR sendiri dibagi menjadi dua yaitu KPR syariah dan KPR konvensional. Bank BTN memberikan jangka waktu paling lama 20 tahun dan angsuran tiap bulannya tetap sampai akhir dari masa kredit.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji faktor-faktor ini secara mendalam untuk memahami mengapa debitur memilih atau tidak memilih produk yang di jual di PT. Madani Sejahtera Investasi. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga untuk mengembangkan produk Rumah KPR Bersubsidi yang lebih sesuai kebutuhan masyarakat atau debitur yang berpenghasilan menengah ke bawah.

Tabel 1. Perkembangan Sejumlah Debitur di PT. Madani Sejahtera Investasi dari 2019-2024

Tahun	Jumlah Debitur
2019	30
2020	30
2021	31
2022	31
2023	58
2024	88

Sumber : PT. Madani Sejahtera Investasi

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah debitur di PT. Madani Sejahtera Investasi mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun, terutama pada periode 2023 hingga 2024, dengan jumlah debitur meningkat dari 58 menjadi 88 orang. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan minat masyarakat terhadap produk KPR Bersubsidi yang ditawarkan oleh perusahaan.

Sejalan dengan realisasinya penjualan rumah KPR Bersubsidi yang ada di PT. Madani Sejahtera Investasi yang semakin meningkat dan memiliki jumlah debitur yang semakin tahun semakin bertambah, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat debitur untuk mengambil KPR Bersubsidi khususnya yang ada di PT. Madani Sejahtera Investasi. Berdasarkan hal tersebut banyak faktor yang menjadi evaluasi yang dapat dilihat untuk mengetahui seberapa tinggi minat masyarakat untuk menjadi debitur pada pengambilan produk KPR Bersubsidi yang ada di PT. Madani Sejahtera Investasi. Kemudian untuk mengetahui bagaimana perkembangan masyarakat menengah ke bawah bisa memiliki rumah yang layak untuk dihuni dengan harga yang terjangkau. Dengan mempertimbangkan data tersebut, penulis ingin mengetahui apa yang menjadi minat debitur dalam

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

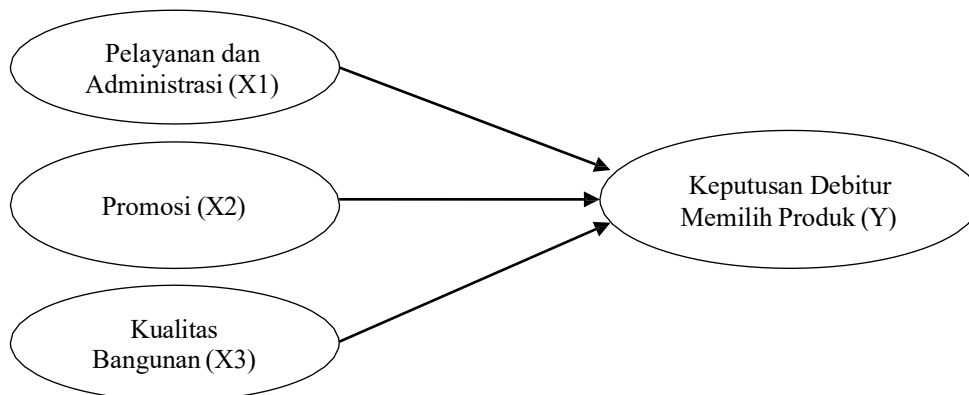
mengambil produk KPR Bersubsidi yang ada di PT. Madani Sejahtera Investasi, sehingga penulis tertarik mengadakan penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Debitur Memilih Produk Kpr Bersubsidi Yang Ada Di Perusahaan PT. Madani Sejahtera Investasi”.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi debitur dalam memilih produk KPR Subsidi yang ada di PT. Madani Sejahtera Investasi, mendiskripsikan seberapa tinggi minat debitur dalam memilih produk KPR Subsidi yang ada di PT. Madani Sejahtera Investasi, untuk mengetahui seberapa besar faktor lokasi perumahan memberikan pengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk KPR Subsidi yang ada di PT. Madani Sejahtera Investasi, serta untuk mengetahui seberapa besar faktor promosi memberikan pengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk KPR Subsidi yang ada di PT. Madani Sejahtera Investasi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, kumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yang menggambarkan data-data informasi berdasarkan pada fakta yang diperoleh di lapangan. Fokus penelitian ini adalah pada persepsi yang mempengaruhi minat debitur memilih KPR Bersubsidi pada PT. Madani Sejahtera Investasi. Sehingga lokasi penelitian ini dilakukan di Perumahan Griya Bahtera 4 yang di jual oleh PT. Madani Sejahtera Investasi.

2.1. Model Penelitian



Gambar 1. Model penelitian

2.2. Hipotesis Penelitian

H1 : Ada pengaruh signifikan antara variabel Pelayanan dan Administrasi terhadap Keputusan Debitur Memilih produk

H2 : Ada pengaruh signifikan antara variabel Promosi terhadap Keputusan Debitur Memilih produk

H3 : Ada pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Bangunan terhadap Keputusan Debitur Memilih produk

2.3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Madani Sejahtera Investasi, tepatnya pada Perumahan Griya Bahtera 4 yang beralamat di Jl. Ir. Moh. Hatta, Kel. Candiareng, Kec. Warungasem, Kabupaten Batang, Jawa Tengah 51252. Penelitian ini dimulai pada bulan September 2024.

2.4. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh debitur PT. Madani Sejahtera Investasi tahun 2024. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel jenuh, yaitu teknik pemilihan sampel yang menggunakan semua anggota populasi sebagai sampel (Sugiyono, 2018), sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 88 orang.

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

2.5. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form* dengan menggunakan skala *likert*.

2.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji kelayakan model, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 25.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Instrumen Data

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Uji validitas masing-masing variabel

Variabel	Butir Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keputusan Debitur Memilih Produk (Y)	Y Soal 1	0,773	0,210	Valid
	Y Soal 2	0,782	0,210	Valid
	Y Soal 3	0,774	0,210	Valid
	Y Soal 4	0,738	0,210	Valid
Pelayanan dan Administrasi (X1)	X1 Soal 1	0,685	0,210	Valid
	X1 Soal 2	0,445	0,210	Valid
	X1 Soal 3	0,668	0,210	Valid
	X2 Soal 1	0,826	0,210	Valid
Promosi (X2)	X2 Soal 2	0,807	0,210	Valid
	X2 Soal 3	0,873	0,210	Valid
	X2 Soal 4	0,551	0,210	Valid
	X3 Soal 1	0,898	0,210	Valid
Kualitas Bangunan (X3)	X3 Soal 2	0,874	0,210	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pengujian validitas instrumen penelitian dengan masing-masing pernyataan diperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Maka, semua pernyataan yang ada dalam kuesioner dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji reliabilitas masing-masing variabel

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Keputusan Debitur Memilih Produk (Y)	0,737	0,60	Reliabel
Pelayanan dan Administrasi (X1)	0,724	0,60	Reliabel
Promosi (X2)	0,775	0,60	Reliabel
Kualitas Bangunan (X3)	0,724	0,60	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ maka jawaban-jawaban responden dari tiap-tiap variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian dapat dikatakan reliabel.

3.2 Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil uji normalitas

	Unstandardized Residual	Standar	Keterangan
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0.200 ^{c,d}	0,05	Normal

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansinya $0,200 > 0,05$ yang berarti mempunyai distribusi Normal.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil uji multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Pelayanan dan Administrasi (X1)	0,780	1,281
Promosi (X2)	0,521	1,919
Kualitas Bangunan (X3)	0,565	1,769

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa batas *tolerance* pada masing-masing variabel lebih dari 0,10 atau > 0,10 dan batas VIF < 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel bebas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil uji glejser

Variabel	Signifikansi	Standar
(Constant)	0,742	0,05
Pelayanan dan Administrasi (X1)	0,055	0,05
Promosi (X2)	0,874	0,05
Kualitas Bangunan (X3)	0,514	0,05

Sumber: Data yang diolah, 2024

Dari tabel diatas hasil uji glejser nilai sig. masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Jadi secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.

3.3 Hasil Uji Kelayakan Model

Tabel 7. Hasil uji kelayakan model

Model	F	Signifikansi	Keterangan
Regression	16,391	0.000 ^b	Layak

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas hasil uji F menghasilkan nilai F sebesar 16,391 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, oleh karena itu hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini telah layak digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

3.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil analisis regresi linier berganda

Variabel	B	Std. Error	Keterangan
(Constant)	3,882	1,656	Positif
Pelayanan dan Administrasi (X1)	0,471	0,164	Positif
Promosi (X2)	-0,075	0,095	Negatif
Kualitas Bangunan (X3)	0,899	0,203	Positif

Sumber: Data yang diolah, 2024

$$Y = 3,882 + 0,471 - 0,075 + 0,899 + e$$

$\alpha = 3,882$ adalah nilai konstanta dari persamaan regresi yang bernilai positif artinya apabila pelayanan dan administrasi, promosi, dan kualitas bangunan sama dengan nol (0) maka keputusan debitur memilih produk mengalami peningkatan sebesar 3,882.

$b_1 = 0,471$ menunjukkan pengaruh positif yang berarti pelayanan dan administrasi meningkat 1% maka keputusan debitur memilih produk akan mengalami peningkatan sebesar 0,471.

$b_2 = -0,075$ menunjukkan pengaruh negatif yang berarti apabila promosi meningkat 1% maka keputusan debitur memilih produk akan mengalami penurunan sebesar 0,075.

$b_3 = 0,899$ menunjukkan pengaruh positif yang berarti apabila kualitas bangunan meningkat 1% maka keputusan debitur memilih produk akan mengalami peningkatan sebesar 0,899.

3.5 Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 9. Hasil uji t (parsial)

Variabel	T	Sig.	Keterangan
Pelayanan dan Administrasi (X1)	2,866	0,005	Signifikan
Promosi (X2)	-0,792	0,431	Tidak Signifikan
Kualitas Bangunan (X3)	4,431	0,000	Signifikan

Sumber: Data yang diolah, 2024

Uji hipotesis variabel pelayanan dan administrasi (X1) terhadap keputusan debitur memilih produk (Y) melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh bahwa tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,005 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan variabel pelayanan dan administrasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan debitur memilih produk KPR bersubsidi pada perusahaan PT. Madani Sejahtera Investasi. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji hipotesis variabel promosi (X2) terhadap keputusan debitur memilih produk (Y) melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh bahwa tingkat signifikansi $> 0,05$ ($0,431 > 0,05$). Hal tersebut menunjukkan variabel promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan debitur memilih produk KPR bersubsidi pada perusahaan PT. Madani Sejahtera Investasi. Sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak.

Uji hipotesis variabel kualitas bangunan (X3) terhadap keputusan debitur memilih produk (Y) melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh bahwa tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan variabel kualitas bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan debitur memilih produk KPR bersubsidi pada perusahaan PT. Madani Sejahtera Investasi. Sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil uji koefisien determinasi (r^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Persentase	Sisa	Keterangan
0.608 ^a	0,369	0,347	34,7%	65,3%	Lemah

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *adjusted r square* sebesar 0,347 yang menunjukkan bahwa keputusan debitur memilih produk KPR dipengaruhi oleh pelayanan dan administrasi, promosi, dan kualitas bangunan sebesar 34,7%, sedangkan sisanya sebesar 65,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti penelitian ini.

3.7 Pembahasan

1. Pengaruh Pelayanan dan Administrasi terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel uji t, didapatkan nilai signifikansi $0,005 < \alpha 0,05$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis 1 **diterima**, artinya terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel Pelayanan dan Administrasi terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR PT. Madani Sejahtera Investasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2024), Oktaviani (2023) dan Ulya (2021) yang menunjukkan bahwa Pelayanan dan Administrasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel uji t, didapatkan nilai signifikansi $0,431 > \alpha 0,05$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis 2 **ditolak**, artinya terdapat pengaruh negatif tidak signifikan pada variabel Promosi terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR PT. Madani Sejahtera Investasi. Ketidaksiharian hasil penelitian dengan hipotesis dapat disebabkan oleh kurangnya daya tarik promosi yang dilakukan PT. Madani Sejahtera Investasi, sehingga gagal memengaruhi minat debitur secara signifikan. Hal ini sejalan dengan teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dalam penelitian Apriandi (2023), yang menyebutkan bahwa promosi yang kurang menarik perhatian (*attention*) dan tidak menciptakan keinginan (*desire*) sulit mengarahkan konsumen pada keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juswina (2022) dan Winanti (2021) yang menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh negatif tidak

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

signifikan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ulya (2021), Widyanto (2021) dan Adam (2022) yang menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk.

3. Pengaruh Kualitas Bangunan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel uji t, didapatkan nilai signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis 3 **diterima**, artinya terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel Kualitas Bangunan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR PT. Madani Sejahtera Investasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Monica (2019), Prayoga (2024) dan Afrianti (2022) yang menunjukkan bahwa Kualitas Bangunan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan dan Administrasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR PT. Madani Sejahtera Investasi karena nilai signifikansi $0,005 < \alpha 0,05$. Variabel Promosi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR PT. Madani Sejahtera Investasi karena nilai signifikansi $0,431 > \alpha 0,05$. Variabel Kualitas Bangunan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Debitur Memilih Produk KPR PT. Madani Sejahtera Investasi karena nilai signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lain, seperti tingkat bunga KPR, agar semakin bervariasi dalam penelitian.

Bibliografi

- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *Journal Comprehensive Perspective on Islamic Studies*, 1(1).
- Afrianti, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pipa Merek Trilliun pada Toko Fria Bangunan Hiang Kabupaten Kerinci. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1).
- Apriandi, N. W. (2023). Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire Dan Action) Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital*, 2(2).
- Juswina, E. D. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Wadi'ah di Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar. *Journal of Finance Adn Bussiness Digital*, 1(2).
- Monica, E. (2019). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso. *International Journal of Social Science and Bussiness*, 2(3).
- Oktaviani, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada PT. Radja Sakti Motor. *Jurnal Perkusi*, 3(4).
- Prayoga, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk King Koil (Studi Kasus Konsumen King Koil pada Outlet Grand Indonesia). *Journal Economina*, 3(9).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Ulya, Z. (2021). Pengaruh promosi, motivasi, dan biaya administrasi terhadap keputusan masyarakat memilih produk tabungan emas. *Jurnal Investasi Islam*, 6(2).
- Widyanto, A. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains*, 6(1).
- Winanti, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah Di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera. *Jurnal EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 5(2).

CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia

Vol 5, No. 1, 2025

ISSN: 2807-5994

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>



Wulandari, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Digital Marketing dan Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Murabahah KSPPS BMT Nusa Kartika Wiradesa Pekalongan. *Skripsi UIN. K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.*