ABSTRAK

Sholikul Hadi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan KPR iB : Analisis Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi pembiayaan KPR iB menjadi salah satu produk unggulan perbankan syariah yang mendukung kepemilikan rumah sesuai prinsip syariah. Namun, tingkat partisipasi nasabah belum optimal dibandingkan produk konvensional. Keputusan nasabah dalam memilih KPR iB dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik ekonomi, sosial, maupun kepatuhan syariah. Penelitian ini penting untuk mengkaji secara mendalam faktor-faktor tersebut dalam perspektif hukum ekonomi syariah guna memperkuat pemahaman dan strategi pengembangan pembiayaan berbasis syariah yang berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) kepatuhan syariah, inovasi difusi produk, promosi dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan KPR iB bagi masyarakat Bogor; (2) Pengambilan keputusan dalam memediasi pengaruh kepatuhan syariah terhadap peningkatan *market share*, namun mampu memediasi pengaruh inovasi difusi produk, promosi dan kualitas produk terhadap peningkatan *market share* bank syariah.

Untuk mempertajam hasil penelitian dan pembahasan, kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pilihan rasional (*Rational Choice Theory*) dari Gary Becker sebagai *Grand Theory*, teori perilaku konsumen dalam ekonomi Islam (*Islamic consumer behavior theory*) dari Umer Chapra sebagai *Middle Theory*, dan teori kepatuhan syariah (*Sharia Compliance*) dari Monzer Kahf sebagai *Application Theory*.

Metodologi yang digunakan adalah pendekatan *Mixed Methods* (kombinasi kuantitatif dan kualitatif). Jenis penelitian ini merupakan *Empirical Explanatori*, sementara metode penelitiannya deskriptif analitik dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan quesioner, observasi, wawancara dan dilengkapi dengan analisa dokumenter secara langsung di lapangan pada nasabah KPR iB pada BTN Syariah, BSI, Bank Muamalat, dan BJB Syariah di Kota Bogor dengan total 310 responden. Alat analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS versi 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan: *Pertama,* kepatuhan syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. *Kedua*, inovasi difusi produk berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. *Ketiga*, promosi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah, *Keempat*, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. *Kelima,* pengambilan keputusan tidak mampu memediasi pengaruh kepatuhan syariah terhadap peningkatan *market share,* namun mampu memediasi pengaruh inovasi difusi produk, promosi dan kualitas produk terhadap peningkatan *market share* bank syariah.

ABSTRACT

Sholikul Hadi : Factors Influencing Customer Decisions in Mortgage Financing iB: A Perspective Analysis of Sharia Economic Law

This research is motivated by the fact that iB mortgage financing is one of the leading products of Islamic banking that supports home ownership according to sharia principles. However, the level of customer participation is not optimal compared to conventional products. Customers' decisions in choosing an iB mortgage are influenced by various factors, including economic, social, and Sharia compliance. This research is important to examine these factors in depth from the perspective of Sharia economic law in order to strengthen the understanding and strategy for sustainable sharia-based financing development strategies.

This study aims to analyze: (1) The influence of Sharia compliance, diffusion of product innovation, promotion, and product quality on customers' decisions in selecting iB Mortgage financing services for the people of Bogor; (2) Decision-making in mediating the influence of Sharia compliance, diffusion of product innovation, promotion, and product quality on increasing Islamic banks' *market share*.

To sharpen the results of the research and discussion, the theoretical framework used in this study is Gary Becker's Rational Choice Theory as the Grand Theory, Umer Chamara's Islamic consumer behavior theory as Middle Theory, and Monzer Kahf's Sharia Compliance theory as Application Theory.

The methodology used is the Mixed Methods approach (a combination of quantitative and qualitative). This type of research is Empirical Explanatory, while the research method is descriptive analytics with data collection techniques using questionnaires, observations, interviews, and is complemented by documentary analysis directly in the field on KPR iB customers at BTN Syariah, BSI, Bank Muamalat, and BJB Syariah in Bogor City, with a total of 310 respondents. The analysis tool uses Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS application version 3.0.

The research findings indicate: First, Sharia compliance does not have a significant influence on customer decision-making. Second, the diffusion of product innovation significantly influences customer decision-making. Third, promotion significantly influences customer decision-making. Fourth, product quality significantly influences customer decision-making. Fifth, decision-making is unable to mediate the effect of Sharia compliance on increasing *market share*. However, it is able to mediate the effects of product innovation diffusion, promotion, and product quality on increasing the *market share* of Islamic banks.

تجريد

صالح الهادي: العوامل المؤثرة في قرارات العلماء في الوسيط المعرف لتمويل الرهن العقاري الاسلامي : تحليل منظور للقانون الاقتصادي الشرعي

وهذا البحث مدفوع بتمويل قروض إمتلاك المساكن آي بي مع كونه أحد المنتجات الرئيسية للمصرفية الإسلامية التي تدعم ملكية المساكن وفقًا لمبادئ الشريعة الإسلامية. ومع ذلك، فإن مستوى مشاركة المستهلكين ليس الأمثل مقارنة بالمنتجات التقليدية. وتتأثر قرارات المستهلكين في إختيار قروض إمتلاك المساكن آي بي بعوامل مختلفة، بما في ذلك العوامل الإقتصادية والإجتماعية والإلتزام بالشريعة الإسلامية. وهذا البحث مهم لدراسة هذه العوامل بصورة متعمقة من منظور الشريعة الإسلامية من أجل تقوية الفهم والإستراتيجيات للتنمية المستمرة للتمويل القائم على الشريعة الإسلامية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل : (١) تأثير الامتثال الشرعي، وانتشار إبداعات المنتج، والترويج، وجودة المنتج على قرارات العملاء في اختيار خدمات تمويل السكن الإسلامي لمجتمع بوجور؛ (٢) اتخاذ القرار كوسيط في تأثير الامتثال الشرعي، وانتشار إبداعات المنتج، والترويج، وجودة المنتج على زيادة الحصة السوقية للبنوك الإسلامية.

ولتوضيح نتائج البحث ومناقشته، فإن الإطار النظري المستخدم في هذا البحث هو نظرية الاختيار العقلاني لغاري بيكر كنظرية كبرى, ونظرية سلوك المستهلك في الإقتصاد الإسلامي لعمر شبرا كنظرية وسطية، ونظرية الإلتزام بالشريعة لمنذر قحف كنظرية تطبيقية.

والمنهجية المستخدمة هي منهج المنهجية المختلطة (مزيج من المنهج الكمي والنوعي). وهذا النوع من البحث هو بحث تجريبي تفسيري، في حين أن طريقة البحث وصفية تحليلية مع تقنيات جمع البيانات بإستخدام الإستبيانات والملاحظات والمقابلات وإستكمالها بالتحليل الوثائقي مباشرة في الميدان على مستهلكي قروض إمتلاك المساكن آي بي في بنك تابونجان نيغارا الشريعة وبنك الشريعة إندونيسيا وبنك معاملات وبنك جاوا بارات الشريعة في مدينة بوغور بمجموع يصل إلى ٣١٠ مستجيبين. وتستخدم أداة التحليل نمذجة المعادلات الهيكلية (''سيم'') مع تطبيق ''سمارت بي إل إس الإصدار رقم ٣.٠.''

نتائج البحث تشير إلى :أولاً: الامتثال للشريعة الإسلامية ليس له تأثير كبير على عملية اتخاذ القرار لدى العملاء .ثانياً: نشر ابتكار المنتجات يؤثر تأثيراً كبيراً على عملية اتخاذ القرار لدى العملاء. ثالثاً: الترويج يؤثر تأثيراً كبيراً على عملية اتخاذ القرار لدى العملاء. رابعاً: جودة المنتج تؤثر تأثيراً كبيراً على عملية اتخاذ القرار لدى العملاء. خامساً: لا تستطيع عملية اتخاذ القرار التوسط في تأثير الامتثال للشريعة على زيادة الحصة السوقية، إلا أنها قادرة على التوسط في تأثيرات نشر ابتكار المنتجات والترويج وجودة المنتج على زيادة الحصة السوقية للبنوك الإسلامية.