

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan konsumsi merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang melekat dalam kehidupan sehari-hari individu. Secara teori konsumsi terbagi kedalam 3 kategori yaitu dasar, penunjang, dan lanjutan. Kebutuhan dasar atau dalam bahasa Inggris disebut *basic need* mencakup busana, makanan pokok, dan hunian (Sastra & Marlina, 2006). Ekonomi islam berpandangan, penggolongan tingkat barang konsumsi yang didasarkan pada sifat atau tingkat kepentingannya yaitu: *daruriyat*, *tahsiniyat*, dan *hajiyyat* (Tarigan, 2006). Yang dimaksud barang *daruriyat* adalah barang-barang yang bila tidak dapat dipenuhi akan mengakibatkan orang tersebut tidak dapat hidup dengan layak hingga keselamatan jiwa terancam. Dalam konteks ini adalah makanan, pakaian, dan tempat tinggal.

Papan atau rumah menjadi kebutuhan pokok atau primer bagi manusia. Rumah berfungsi sebagai tempat perlindungan dari berbagai ancaman, baik itu ancaman alam atau bencana alam dan ancaman sosial. Rumah juga berfungsi sebagai tempat berkumpul dan tempat terjadinya aktivitas sehari-hari (Tumba'Arrang et al., 2020). Namun seiring berkembangnya zaman fungsi rumah mengalami perubahan, selain menjadi tempat bernaung dan ruang interaksi keluarga. Rumah juga berfungsi sebagai sarana usaha, sarana olahraga, dan sebagai sarana menunjukkan identitas si pemilik rumah (rumah mewah). Tidak hanya itu sebuah rumah juga memiliki beberapa kriteria seperti lokasi strategis, harga yang terjangkau, akses fasilitas umum dan khusus mudah, keadaan lingkungan yang nyaman dan aman, serta bebas dari banjir, sehingga rumah tersebut bisa dikatakan sebagai rumah layak huni (Ghoni & Bodroastuti, 2012).

Minat beli seseorang pada sebuah rumah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, apalagi jika rumah tersebut terletak pada kawasan hunia yang berintegrasi dan tertib (perumahan), diantaranya harga, fasilitas, dan lokasi. Menurut penelitian yang

dilakukan Khasannudin & Mahendra (2025), harga dan fasilitas memiliki dampak yang sangat besar pada peningkatan minat beli seseorang untuk melakukan transaksi di kawasan kuliner jalan Ayani, Ngajuk, Jawa Timur. Bervariasi nya jenis jajanan serta harga yang bervariasi. Ditambah dengan fasilitas publik yang mendukung seperti taman dan area duduk yang nyaman, dapat meningkatkan tingkat transaksi di kawasan tersebut.

Harga adalah hal pertama yang akan dilihat konsumen saat akan membeli sebuah barang, harga menunjukkan besaran biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Selain itu harga diartikan sebagai kekuatan atau daya beli seseorang untuk mendapat kepuasan dan manfaat dari benda yang ia beli. Harga sebuah rumah dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya: harga tanah, material bangunan, angka permintaan, persaingan, dan regulasi pemerintah. Selain itu juga harga sebuah rumah dapat menjadi acuan seberapa banyak keuntungan yang akan didapat apabila membeli rumah tersebut terutama di aspek fasilitas dan lokasi rumah yang strategis (Fahirah, 2010).

Dalam peran nya harga memegang peranan sebagai cara pandang konsumen terhadap nilai suatu barang yang akan dibeli. Konsumen menilai dan menimbang apakah harga yang ditampilkan akan sesuai dengan apa yang di dapat baik secara kualitas, kuantitas, dan manfaat yang dirasakan. Jika harga tersebut sesuai dengan apa yang di dapat, maka peminat terhadap barang itu juga bertambah, begitupun sebaliknya. Harga dalam bisnis property khusus nya di perumahan syariah menjadi faktor yang sangat diperhatikan karena menjadi cerminan dari keterjangkauan besar cicilan, penggunaan sistem pembayaran bebas riba, keterbukaan akan biaya-biaya diluar harga yang ditawarkan, dan kejelasan akad yang ditawarkan.

Fasilitas memainkan peranan yang cukup penting dalam pemilihan sebuah rumah dan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli sebuah rumah. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan atau fisik yang disediakan oleh penjual (internal) atau oleh pihak ketiga (eksternal) guna mendukung kenyamanan konsumen (Afriansyah, 2025).

Fasilitas disini terbagi 2 yaitu fasilitas dalam rumah dan luar rumah. Fasilitas yang umum ada di dalam rumah antara lain: terdapat ruang serbaguna(ruang tamu), ruang makan, kamar tidur, kamar mandi, dan sirkulasi udara serta pencahayaan yang cukup. Selain itu sebuah rumah juga didukung oleh fasilitas yang terdapat di luar rumah seperti sekolah, masjid, rumah sakit, pusat kesehatan dan kebugaran (jogging track, GYM, dan semisalnya), pasar tradisional atau modern, sampai objek pariwisata yang dapat dikunjungi oleh penghuni rumah tersebut.

Minat beli rumah di sebuah perumahan dipengaruhi oleh seberapa lengkapnya fasilitas yang dimiliki perumahan tersebut. Semakin lengkap dan berkualitas fasilitas yang tersedia, semakin tinggi juga nilai rumah tersebut di mata konsumen. Dalam perumahan syariah, fasilitas bukan hanya sebagai sarana penunjang kehidupan namun sebagai nilai tambah bagi konsumen. Tersedianya fasilitas seperti masjid, majelis taklim, dan lingkungan yang terintegrasi syariah, bahkan sekolah yang berlandaskan syariah menjadi daya tarik. Hal tersebut menjadikan rumah yang di beli tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, tetapi mampu menunjang gaya hidup yang berdasarkan syariah islam (Maharani, 2019).

Tidak hanya harga, fasilitas yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada sebuah rumah. Faktor lokasi juga menjadi faktor yang krusial dalam penentuan sebuah rumah. Lokasi rumah/perumahan memegang peranan penting dikarenakan lokasi akan menentukan aksesibilitas, kenyamanan, dan lingkungan sekitar nya, serta nilai investasi rumah tersebut jika di jual atau di sewa di masa yang akan datang.

Lokasi adalah letak dari sebuah objek dan seberapa mudah nya seseorang dalam mengakses tempat tersebut. Rumah yang dekat dengan berbagai sarana publik dan fasilitas umum lain nya menjadi pilihan utama bagi konsumen. Dikarenakan dapat memudahkan mobilitas, memberikan rasa aman, efisiensi waktu, dan mendukung kualitas hidup keluarga. Lokasi rumah yang strategis akan meningkatkan minat beli konsumen pada rumah tersebut, lokasi strategis disini tidak selalu harus dekat dengan pusat kota dan segala sarana publik modern lainnya. Namun lokasi rumah yang jauh dari riuk pikuk nya kota menjadi pilihan alternatif bagi keluarga

yang ingin fokus pada ketenangan dan pengembangan diri melalui aktivitas keagamaan (Pernanda, 2021).

Namun walaupun rumah merupakan kebutuhan primer tidak berbanding lurus dengan harga rumah sekarang yang terlalu tinggi bagi masyarakat bergaji UMR (Upah Minimum Regional) atau yang sekarang di kenal sebagai UMK (Upah Minimum Kota/Kabupaten) bahkan untuk masyarakat bergaji di bawah itu sehingga kebanyakan dari mereka memilih untuk menyewa atau mengotrak rumah sebagai pilihan cepat dan mudah. Karena mereka beranggapan biaya hidup akan jauh lebih murah dan uang yang seharusnya untuk membayar cicilan rumah bisa dialokasikan untuk kebutuhan lain, dan hal di dukung juga dengan biaya perawatan yang murah, fleksibilitas, aksesibilitas yang mudah, lingkungan yang ramai dan aman karena terletak di kawasan pemukiman warga (Julianto & Suparno, 2016).

Dari fenomena tersebut para developer perumahan bekerja sama dengan lembaga keuangan (Bank) untuk menyediakan sebuah produk pembiayaan khusus rumah untuk membantu keinginan masyarakat yaitu mempunyai hunian yang tidak perlu menunggu uang terkumpul terlebih dahulu. Nama produk tersebut ialah KPR kepanjangan dari Kredit Pemilikan Rumah, KPR adalah layanan bank dalam membantu nasabahnya untuk mendapatkan sebuah rumah melalui program cicilan atau tenor dalam batas waktu tertentu sesuai kesepakatan nasabah dan pihak bank. Namun perlu di ingat KPR yang beredar di masyarakat saat ini adalah KPR konvensional yang di miliki oleh Bank konvensional baik milik negara ataupun swasta, yang di mana orientasi keuntungan nya ada di bunga (riba) yang bersifat fluktuatif (berubah ubah) belum di tambah adanya sistem denda apabila nasabah telat membayar angsuran dan pihak sendiri tidak memberikan solusi kepada nasabah apabila hal tersebut terjadi dan memilih untuk mensita rumah milik nasabah tersebut.

Kekhawatiran ini lah yang membuat bank bank syariah membuat program serupa namun dalam pelaksanaannya tentunya berbeda, di mulai dari laba/keuntungan yang jelas di awal dan flat, akad yang berdasarkan prinsip syariah, dan pastinya halal secara akad dan insyaallah membawa barakah ke depannya.

Dengan adanya program ini bank syariah bisa menarik minat masyarakat lebih banyak untuk memilih hunian berbasis syariah agar kehidupan bebas dari riba dan hal-hal yang diharamkan oleh agama lainnya.

Fenomena tersebut berbanding lurus dengan meningkatnya kesadaran dikalangan masyarakat akan pembiayaan yang sesuai dengan syariah. Hal tersebut disebut literasi keuangan syariah atau disingkat LKS, LKS diartikan sebagai pengetahuan, ilmu, atau pemahaman seseorang yang mampu membedakan mana produk syariah dengan konvensional dan dipengaruhi juga oleh tindakan dalam penentuan keputusan yang berdasarkan syariah.. Literasi disini mencakup pada sadar nya masyarakat akan bahayanya riba, dan biaya yang tidak jelas di dalam sistem KPR Konvensional serta lebih memilih transaksi yang bebas dari riba, menggunakan sistem margin sebagai keuntungan dan bebas dari hal-hal yang diharamkan lainnya.

Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menerapkan nilai-nilai halal dalam setiap aspek kehidupan, hunian berbasis syariah berpotensi berkembang sangat pesat dan menarik minat masyarakat yang ingin menjalani kehidupan yang berkah dan berlandaskan pada ajaran Islam. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan (Irmayani & Waluyo, 2024), dimana literasi keuangan syariah berdampak positif pada minat generasi milenial terhadap penggunaan layanan berbasis Islam.

Penelitian ini dipilih karena kebutuhan akan hunian merupakan kebutuhan primer yang tidak dapat dihindari oleh setiap individu, namun dalam praktiknya masyarakat sering dihadapkan pada keterbatasan ekonomi serta pilihan sistem pembiayaan yang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah. Kondisi tersebut menimbulkan dilema antara kebutuhan tempat tinggal dan kekhawatiran terhadap unsur riba dalam pembiayaan konvensional. Oleh karena itu, penelitian mengenai minat beli rumah berbasis syariah menjadi penting untuk mengetahui faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan masyarakat.

Berdasarkan penjelasan tersebut, menggambarkan bahwa harga, fasilitas, lokasi, dan LKS dapat mempengaruhi minat beli seseorang dalam membeli rumah. Namun hingga saat ini, masih belum terlalu banyak developer perumahan yang berfokus pada pembuatan kawasan perumahan yang berintegritas dan sesuai syariah ditambah sedikitnya penelitian yang menyingung masalah perumahan syariah ini, terutama di kawasan Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Salah satu developer atau pengembang perumahan yang sangat memperhatikan hal tersebut adalah Sharia Green Land, dan salah satu produk dari Sharia Green Land terletak di kawasan Kabupaten Bandung tepat di jalan Pasir Honje, Padasuka, Cimenyan, Kabupaten Bandung yang bernama Sharia Islamic Cimuncang.

Sharia Islamic Cimuncang merupakan salah satu perumahan yang berada di kawasan Bandung Timur yang mengedepankan konsep syariah didalamnya. Perumahan Sharia Islamic Cimuncang dibangun dengan prinsip lingkungan islami yang tidak hanya menitikberatkan pada aspek transaksi bebas riba, tetapi juga pada kualitas hunian dan kenyamanan penghuninya. Nilai jual yang ditawarkan oleh Sharia Islamic Cimuncang tidak hanya terletak pada sistem pembiayaan syariah tanpa riba dan kejelasan akad, tetapi juga didukung oleh lokasi yang strategis, kelengkapan fasilitas yang memadai, serta variasi harga yang disesuaikan dengan tipe rumah. Penyediaan fasilitas penunjang aktivitas ibadah dan lingkungan yang terintegrasi dengan nilai-nilai keislaman menjadikan perumahan ini sebagai salah satu alternatif hunian syariah yang dinilai ideal bagi masyarakat muslim yang menginginkan hunian nyaman sekaligus sesuai dengan prinsip syariah.

Secara perencanaan, total unit rumah yang akan dibangun hingga proyek selesai berjumlah 86 unit, yang dikembangkan secara bertahap sesuai dengan kesiapan lahan, progres pembangunan, serta tingkat permintaan pasar. Hingga pertengahan tahun 2025 tepatnya bulan Juni 2025, jumlah unit rumah yang telah selesai dibangun mencapai 56 unit dan seluruh unit tersebut merupakan rumah yang telah terjual kepada konsumen. Dari total unit yang telah terjual tersebut, hingga Juni 2025 tercatat sebanyak 44 unit rumah telah dihuni, sementara sisanya berada pada

tahap serah terima atau persiapan hunian. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar rumah yang telah selesai dibangun memiliki tingkat serapan pasar yang tinggi, sehingga mencerminkan adanya minat beli yang relatif baik terhadap Perumahan Sharia Islamic Cimuncang. Hal ini dapat dilihat dari tabel penjualan berikut ini:

Tabel 1. 1 Jumlah Unit Yang Terjual 2021-2025

Tahun	Unit Yang Terjual
2021	6 Unit
2022	10 Unit
2023	14 Unit
2024	16 Unit
2025	10 Unit
Total	56 Unit

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat dijelaskan bahwa tingkat minat beli konsumen terhadap Perumahan Sharia Islamic Cimuncang menunjukkan perkembangan yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, jumlah rumah terjual masih relatif sedikit karena proyek baru diperkenalkan kepada masyarakat, sehingga minat beli konsumen masih berada pada tahap awal pengenalan dan observasi. Konsumen cenderung berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian karena ingin melihat kepastian pembangunan serta kredibilitas pengembang.

Memasuki tahun 2022, jumlah rumah terjual mengalami peningkatan yang menunjukkan mulai tumbuhnya kepercayaan masyarakat terhadap konsep hunian syariah yang ditawarkan. Peningkatan ini mencerminkan bahwa minat beli konsumen mulai terbentuk seiring dengan adanya progres pembangunan dan semakin dikenalnya sistem pembiayaan syariah yang diterapkan. Pada tahun 2023 hingga 2024, penjualan rumah menunjukkan peningkatan yang lebih signifikan, yang mengindikasikan tingginya minat beli masyarakat. Kondisi ini didorong oleh semakin

jelasnya wujud fisik perumahan, mulai terbentuknya lingkungan hunian, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan rumah yang tidak hanya layak huni tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah.

Sementara itu, pada tahun 2025, jumlah rumah terjual relatif stabil hingga pertengahan tahun. Stabilitasnya penjualan pada periode ini menunjukkan bahwa sebagian besar unit rumah yang telah selesai dibangun telah terserap oleh pasar dan dihuni oleh konsumen. Secara keseluruhan, perkembangan jumlah rumah terjual dan tingkat hunian tersebut mengindikasikan bahwa Perumahan Sharia Islamic Cimuncang memiliki tingkat minat beli yang baik dan berkelanjutan, serta mampu menarik kepercayaan masyarakat terhadap konsep hunian berbasis syariah.

Fenomena perkembangan minat beli rumah di Perumahan Sharia Islamic Cimuncang yang menunjukkan peningkatan signifikan pada fase awal pengembangan hingga mencapai kondisi relatif stabil pada tahun-tahun berikutnya menegaskan adanya dinamika perilaku konsumen yang perlu dikaji secara lebih mendalam. Meskipun secara empiris terlihat bahwa minat beli masyarakat terhadap hunian berbasis syariah tergolong baik, data tersebut belum mampu menjelaskan secara spesifik faktor apa saja yang paling dominan memengaruhi minat beli tersebut. Peningkatan dan stabilisasi penjualan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterjangkauan harga, kelengkapan fasilitas, lokasi perumahan, serta tingkat pemahaman masyarakat terhadap prinsip keuangan syariah. Tanpa adanya analisis ilmiah yang terukur, fenomena ini hanya dapat dipahami secara deskriptif, namun belum memberikan dasar yang kuat bagi pengembang maupun pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi pengembangan perumahan syariah yang berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamidah Siregar (2019) menunjukkan bahwa harga, lokasi, kondisi bangunan, dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah, dengan faktor lingkungan sebagai variabel yang paling dominan. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek harga, tetapi juga kualitas lingkungan, keamanan, dan

fasilitas umum sebagai penunjang kenyamanan hidup. Hal ini sejalan dengan fenomena perumahan modern yang tidak lagi hanya menawarkan tempat tinggal, tetapi juga kualitas lingkungan sebagai nilai jual utama.

Selanjutnya, penelitian oleh Yuni Amelisa (2020) memperkuat peran faktor harga dan lokasi dalam pengambilan keputusan pembiayaan rumah melalui produk KPR syariah. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga perumahan, lokasi, dan pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan harga sebagai faktor yang paling dominan. Temuan ini menunjukkan bahwa keterjangkauan harga dan kesesuaian lokasi dengan kebutuhan aktivitas sehari-hari menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam memilih hunian, khususnya dalam konteks pembiayaan rumah berbasis syariah. Hal ini relevan dengan kondisi masyarakat saat ini yang memiliki keterbatasan daya beli, namun tetap membutuhkan hunian yang layak dan sesuai dengan prinsip keuangan yang dianut.

Berbeda dengan penelitian kuantitatif, Rustandi Anwar (2021) melalui analisis SWOT menyoroti aspek strategis dalam pemasaran perumahan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan kekuatan utama pengembang, sementara kenaikan harga material menjadi kelemahan yang perlu diantisipasi. Peluang terbesar berasal dari tingginya kebutuhan masyarakat akan hunian, sedangkan persaingan pasar menjadi ancaman utama. Temuan ini menguatkan bahwa sektor perumahan merupakan pasar yang potensial, namun membutuhkan strategi yang tepat dalam penentuan harga, peningkatan fasilitas, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan konsumen agar mampu bersaing secara berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Novita Sari (2024) secara khusus mengkaji perumahan berbasis syariah dan menemukan bahwa harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah, sedangkan fasilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hasil ini menunjukkan adanya perbedaan preferensi konsumen dalam menilai faktor fasilitas, yang dapat dipengaruhi oleh kondisi wilayah, karakteristik konsumen, serta konsep perumahan yang ditawarkan.

Perbedaan hasil ini justru membuka ruang penelitian lanjutan untuk mengkaji kembali peran fasilitas dalam perumahan syariah dengan karakteristik dan lingkungan yang berbeda.

Selain faktor fisik dan ekonomi, aspek non-material juga mulai mendapat perhatian dalam penelitian properti syariah. Penelitian oleh Irmayani dan Bambang Waluyo (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memberikan pengaruh positif terhadap minat konsumen, meskipun tidak signifikan secara statistik, sementara harga dan promosi menjadi faktor dominan dalam menarik minat generasi milenial terhadap produk KPR syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat mengenai prinsip keuangan syariah tetap memiliki peran penting, terutama dalam membentuk preferensi jangka panjang terhadap produk hunian berbasis syariah, meskipun masih perlu dikombinasikan dengan faktor harga yang kompetitif.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi urgen untuk dilakukan guna mengidentifikasi dan menguji secara empiris pengaruh harga, fasilitas, lokasi, dan literasi keuangan syariah terhadap minat beli rumah. Dengan memahami variabel-variabel yang berperan signifikan dalam membentuk minat beli konsumen, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis bagi pengembang perumahan syariah dalam menentukan kebijakan harga, pengembangan fasilitas, serta pemilihan lokasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, dari sisi akademik, penelitian ini juga penting untuk memperkaya kajian empiris mengenai perilaku konsumen dalam sektor properti syariah, khususnya di wilayah Kabupaten Bandung, yang hingga saat ini masih relatif terbatas. Dengan demikian, fenomena perkembangan minat beli yang terjadi pada Perumahan Sharia Islamic Cimuncang tidak hanya menjadi latar empiris penelitian, tetapi juga memperkuat urgensi dilakukannya penelitian ini secara sistematis dan terukur.

Dengan demikian tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi sejauh mana minat beli rumah dapat dipengaruhi oleh harga, fasilitas, lokasi, dan literasi keuangan syariah.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis memiliki ketertarikan pada isu yang di bahas sebelumnya, sehingga ingin menjadikan isu tersebut menjadi sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Fasilitas, Lokasi, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Beli Rumah Di Perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung”**.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada pembahasan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apakah harga mempengaruhi minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung?
2. Apakah fasilitas mempengaruhi minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung?
3. Apakah lokasi mempengaruhi minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung?
4. Apakah literasi keuangan syariah mempengaruhi minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh harga, fasilitas, lokasi dan literasi keuangan syariah secara stiluman terhadap minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung..
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Kabupaten Cimuncang

5. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan stimulan harga, fasilitas, lokasi, dan literasi keuangan syariah terhadap minat beli rumah di perumahan Sharia Islamic Cimuncang Kabupaten Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak tertentu berupa:

1. Manfaat Teoriti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah, manajemen pemasaran, dan perilaku konsumen pada sektor properti syariah. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya kajian empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli masyarakat terhadap hunian berbasis syariah, terutama yang berkaitan dengan variabel harga, fasilitas, lokasi, dan literasi keuangan syariah. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, baik dalam konteks perumahan syariah maupun keputusan pembelian konsumen berbasis nilai-nilai Islam.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman praktis bagi penulis dalam menerapkan teori ekonomi syariah dan metode penelitian kuantitatif pada fenomena nyata, khususnya dalam menganalisis minat beli masyarakat terhadap hunian syariah. Selain itu, penelitian ini juga meningkatkan kemampuan analisis, pengolahan data statistik, serta penyusunan karya ilmiah secara sistematis dan akademis.

- b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi ilmiah bagi civitas akademika, khususnya mahasiswa Program Studi

Ekonomi Syariah, serta memperkaya literatur penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan properti syariah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki tema serupa.

c. Bagi Sharia Islamic Cimuncang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pengembang dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pemasaran, peningkatan fasilitas, penyesuaian harga, serta penguatan konsep hunian berbasis syariah guna meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen.

