

**MODERASI RELIGIOSITAS DALAM HUBUNGAN SIKAP,
NORMA SUBYEKTIF, DAN KONTROL PRILAKU TERHADAP
MINAT BELI DI PERUMAHAN SYARI'AH**

TESIS

**Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S2**

Program Magister Managemen



**Di susun oleh :
S o d i k i n
MM.20402400351**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

TESIS

MODERASI RELIGIUSITAS DALAM HUBUNGAN SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN KONTROL PRILAKU TERHADAP MINAT BELI DI PERUMAHAN SYARI'AH

Disusun oleh

Sodikin

Nim 20402400351

Telah di setujui oleh dosen pembimbing dan selanjutnya akan di ajukan

Kehadapan sidang panitia ujian Tesis

Program Studi Magister Managemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung

UNISSULA
جامعة سلطان آبوجايج الإسلامية

Semarang, 08 Agustus 2025

Prof. Dr. Drs.
Hendar, M.Si
2025.08.08
17:53:24 +07'00'

Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si

NIK 210499041

HALAMAN PENGESAHAN

Usulan Penelitian Untuk Proposal Tesis

MODERASI RELIGIUSITAS DALAM
HUBUNGAN SIKAP , NORMA
SUBYEKTIF DAN KONTROL PRILAKU
TERHADAP MINAT BELI DI
PERUMAHAN SYARI'AH

Disusun Oleh :

S O D I K I N

NIM : 20402400351

Telah di setujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat di ajukan kehadapan siding panitia ujian
usulan penelitian Proposal Tesis

Program Studi Magister Mnageman Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Agung

Prof. Dr. Drs.

Hendar,M.Si

2025.04.23

09:58:36+07'00'

Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si.



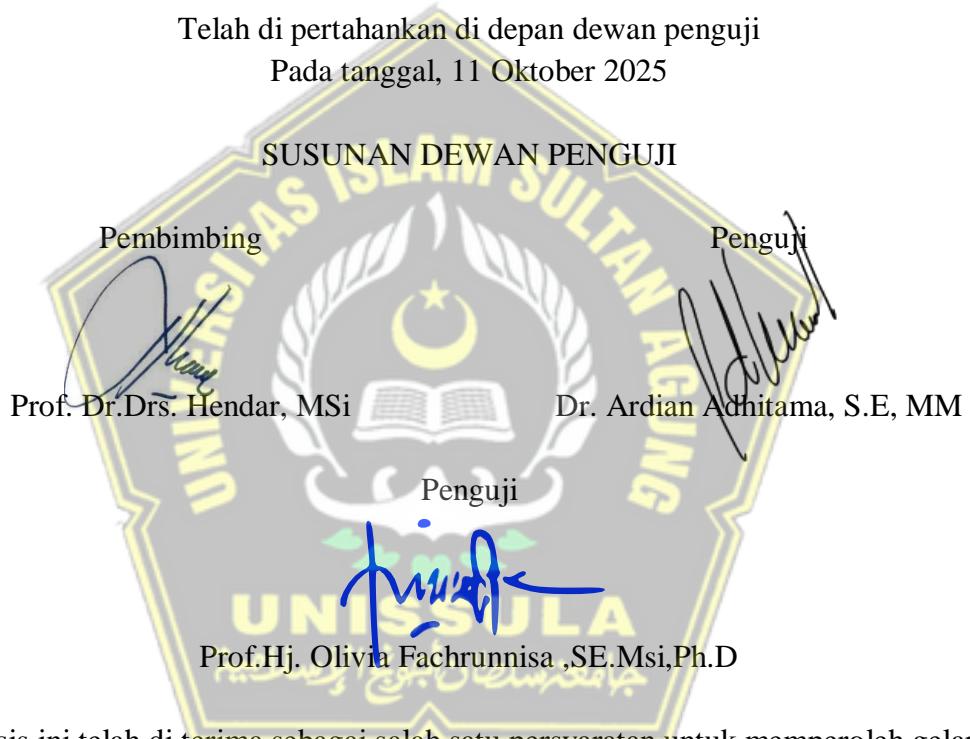
MODERASI RELIGIOSITAS DALAM HUBUNGAN SIKAP, NORMA
SUBYEKTIF, DAN KONTROL PRILAKU TERHADAP MINAT BELI DI
PERUMAHAN SYARI'AH

Disusun Oleh :

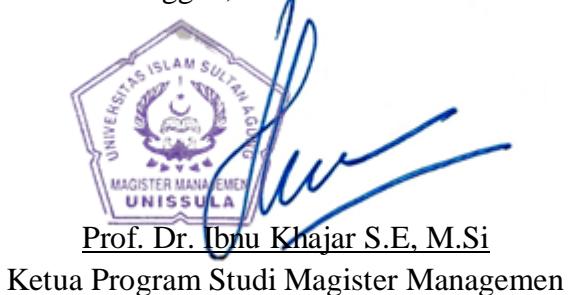
S O D I K I N
NIM : 20402400351

Telah di pertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal, 11 Oktober 2025

SUSUNAN DEWAN PENGUJI



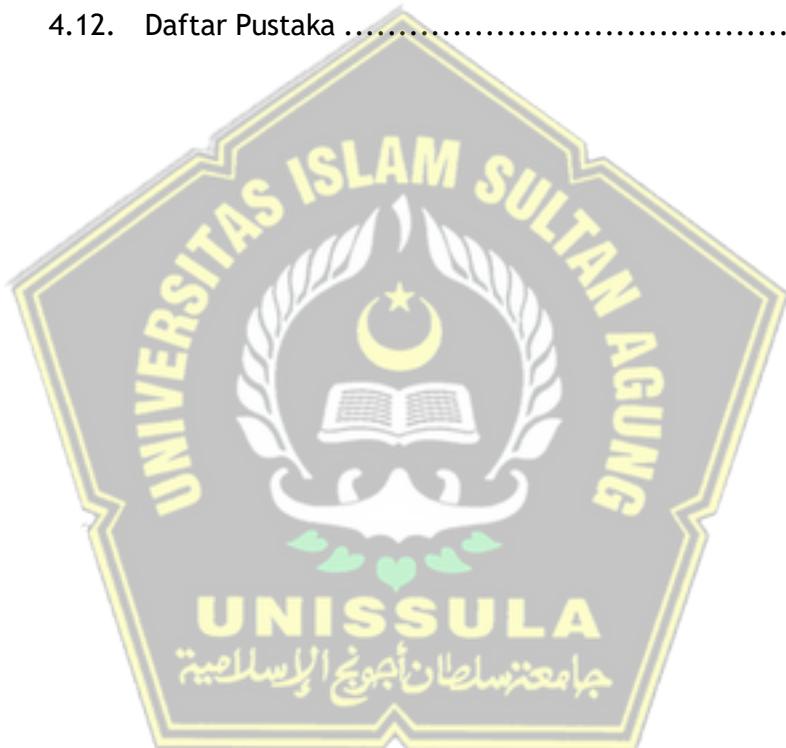
Tesis ini telah di terima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Magister Manageman
Tanggal , 16 Oktober 2025



DAFTAR ISI

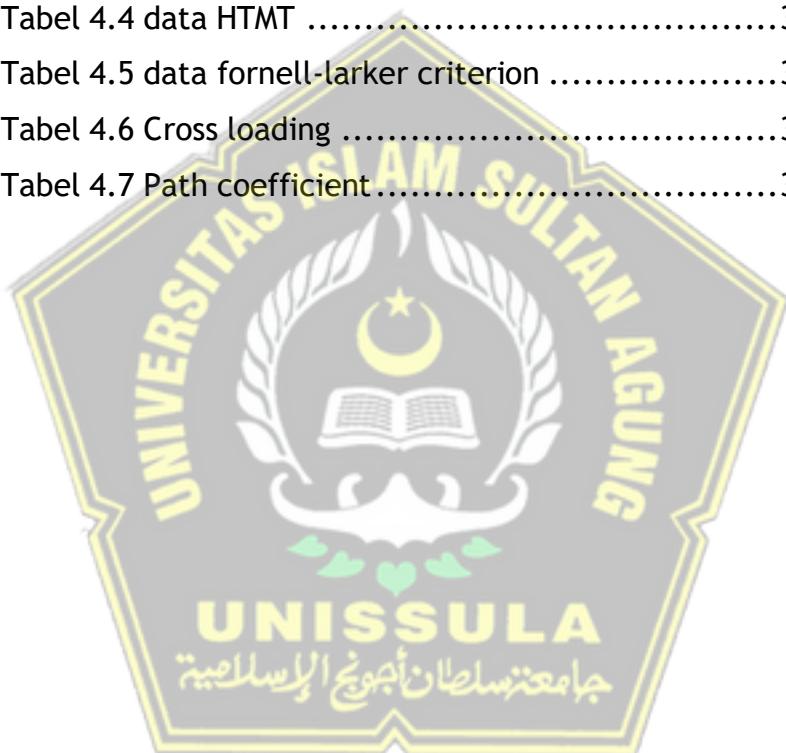
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	vi
ABSTRACT/ABSTRAK	vii
ABSTRACT/ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan masalah	7
1.3. Tujuan penelitian	8
1.4. Manfaat penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan teori.....	9
2.2. Hipotesis.....	17
2.3. Kerangka Penelitian Impirik.....	18
BABIII METODE PENELITIAN	20
3.1. Jenis Penelitian.....	20
3.2. Populasi dan teknik Sampling	20
3.3. Sumber dan jenis data	22
3.4. Uji Validasi dan Realibilitasi.....	30
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Deskripsi Data responden	31
4.2. Deskripsi data penelitian	35
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	36
4.4. uji Hipotesis	39

4.5.	Uji Hubungan langsung.....	39
4.6.	Uji moderasi religiusitas	41
4.7.	Analisis hubungan langsung antar variabel	42
	BAB V Penutup	46
4.8.	Kesimpulan	46
4.9.	Implikasi Manajerial	46
4.10.	Keterbatasan Penelitian	47
4.11.	Agenda Penelitian Mendatang	48.
4.12.	Daftar Pustaka	49



DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

1. Gambar 2.1 kerangka pemikiran empirik.....	19
2. Rumus Slovin	21
3. Tabel 3.1 Variabel dan indikator	35
4. Tabel 4.1 Deskriktif Variabel.....	35
5. Tabel 4.2 data outer loading.....	36
6. Tabel 4.3 data Reliabilitas konstruk	37
7. Tabel 4.4 data HTMT	37
8. Tabel 4.5 data fornell-larker criterion	38
9. Tabel 4.6 Cross loading	38
10.Tabel 4.7 Path coefficient	39



ABSTRACT/ABSTRAK

Research Aims: This study aims to analyze the influence of attitudes, subjective norms, and behavioral control on consumer buying interest in sharia housing, as well as examine the role of religiosity as a moderation variable

Design/methodology/approach: The Theory of Planned Behavior (TPB) is used as the main theoretical framework. This research is motivated by the increasing need of the community for housing in accordance with sharia principles, especially in Balikpapan, as well as the importance of religious values in purchasing decisions

Research Findings: The research method uses quantitative with an explanatory research approach. A sample of 101 respondents who live or are working in the city of Balikpapan and its surroundings who know or have interacted with sharia housing were randomly selected, using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS)

Theoretical Contribution/Originality: The results showed that attitudes towards buying interest were not significantly affected, subjective norms on buying interest had a significant effect, and behavioral control on buying interest had a significant effect. In addition, religiosity was not significantly proven to moderate the relationship between the three variables and buying interest. These findings make a theoretical contribution to the development of the SDG model by including aspects of religiosity, although it does not have a significant effect but still has practical implications for sharia housing developers in designing marketing strategies that are in accordance with consumers' religious values.

Keywords: Buying interest, religiosity, sharia housing, Theory of Planned Behavior,

ABSTRACT/ABSTRAK

Research Aims: Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku terhadap minat beli konsumen pada perumahan syariah, serta menguji peran religiusitas sebagai variabel moderasi

Design/methodology/approach: Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior/TPB) digunakan sebagai kerangka teoritis utama. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya keinginan masyarakat memiliki perumahan yang sesuai dengan konsep syariah, khususnya di Balikpapan, serta pentingnya nilai-nilai religius dalam pengambilan keputusan pembelian

Research Findings: Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan pendekatan explanatory research. Sampel sebanyak 101, responden yang tinggal atau sedang bekerja di kota balikpapan dan sekitarnya yang mengetahui atau pernah berinteraksi dengan perumahan syariah di pilih secara acak, menggunakan rumus Slovin . pengumpulan data melalui kuesioner selanjutnya di analisa menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS)

Theoretical Contribution/Originality: Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap minat beli tidak berpengaruh secara signifikan , norma subyektif terhadap minat beli berpengaruh signifikan,, dan kontrol perilaku terhadap minat beli berpengaruh secara signifikan Selain itu, religiusitas tidak terbukti secara signifikan untuk memoderasi hubungan antara ketiga variabel tersebut dengan minat beli. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model TPB dengan memasukkan aspek religiusitas, walaupun tidak berpengaruh secara signifikans tapi masih menyumbang pengaruh ke pembelian, implikasi praktis bagi pengembang perumahan syariah dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan konsumen.

Keywords: Minat beli, religiusitas, perumahan syariah, Theory of Planned Behavior,,

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucap Syukur kepada alloh , Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul **“Moderasi Religiusitas dalam Hubungan Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli di Perumahan Syariah”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Tesis ini disusun sebagai bentuk kontribusi ilmiah dalam memahami perilaku konsumen terhadap perumahan berbasis syariah, dengan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dimoderasi oleh nilai-nilai religiusitas. Dalam Islam, religiusitas bukan hanya aspek spiritual, tetapi juga menjadi landasan dalam setiap keputusan hidup, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan transaksi muamalah. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjelaskan secara ilmiah bagaimana nilai-nilai keagamaan memengaruhi minat beli konsumen terhadap perumahan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti bebas riba, tanpa denda, dan menggunakan akad yang sah menurut hukum Islam.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan syukur, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof. Drs. Hendar, M.Si.**, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan arahan secara intensif selama proses penyusunan tesis ini. Ketelatenan beliau dalam membimbing, serta ketajaman analisisnya dalam mengarahkan penulis untuk berpikir kritis dan sistematis, sangat berperan dalam keberhasilan penelitian ini

2. **Tim Pengaji Tesis, terdiri dari Prof.Hj.Olivia Fachrunnisa, SE, M.SI dan Dr. Ardian Adhitama, S.E.,MM**, yang telah memberikan masukan, kritik konstruktif, dan penilaian objektif terhadap hasil penelitian ini. Semoga evaluasi dan saran yang diberikan menjadi bekal berharga bagi penulis dalam pengembangan ilmu dan praktik manajerial di masa mendatang.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh civitas akademika Universitas Islam Sultan Agung Semarang, khususnya Program Magister Manajemen, atas segala fasilitas dan dukungan yang telah diberikan selama masa studi.

Akhir kata, penulis berharap bahwa tesis ini dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, serta menjadi sumbangan pemikiran dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. Penulis juga menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala senantiasa meridhai setiap langkah kita dalam menuntut ilmu dan mengamalkannya. Aamiin ya Rabbal 'Alamiin.

UNISSULA
Semarang, 16 Oktober 2025

Sodikin

NIM:204024003

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1. Latar Belakang Penelitian

Rumah adalah kebutuhan pokok manusia yang penting untuk tempat tinggal keluarga interaksi lingkungan , di kota Balikpapan permintaan akan perumahan semakin meningkat karena jumlah penduduk semakin bertambah di dukung dengan pendapatan ekonomi semakin membaik dan kesejahteraan masyarakat yang meningkatkan daya beli akan rumah sebagai kebutuhan primer (Mulia & Saputra, 2020). Kebutuhan pokok di artikan sebagai kebutuhan dasar, yaitu kebutuhan pangan, sandang dan papan. Melihat pertambahan jumlah penduduk Indonesia saat ini yang semakin bertambah banyak (Wardhana, Kharisma, & Noven, 2020), kebutuhan masyarakat pun semakin tinggi, salah satunya adalah kebutuhan untuk mempunyai rumah dan membentuk lingkungan , maka dapat meningkatkan kesejahteraan serta terciptanya suasana kerukunan hidup keluarga dan masyarakat (Zen, 2017). Demi kesejahteraan hidupnya, manusia membutuhkan sebuah rumah, selain memerlukan kebutuhan sandang dan pangannya (Syam, Kadir, & Salma, 2020). Maka dari itu , perlu disediakan perumahan untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Nanda Setianto, 2019). Meskipun demikian sebagian orang masih kesulitan untuk memiliki rumah sendiri, khususnya bagi orang- orang yang berpendapatan kecil . Hal ini terutama harga rumah yang mahal, sehingga sedikit orang yang mampu membeli secara tunai (Sapi'i & Setiawan, 2016). Solusi untuk hal tersebut adalah tersedianya fasilitas KPR (Kredit Pemilikan Rumah)

Fasilitas KPR yang tersedia saat ini adalah KPR bank konsisional, KPR bank syariah, dan Kredit syariah non bank atau in-house.

KPR bank konvensional , yaitu fasilitas yang diberikan ke nasabah digunakan untuk membeli atau merenovasi rumah dengan beberapa syarat dan di sertai dengan bunga bank. Fasilitas tersebut memudahkan nasabah yang belum mampu membeli atau merenovasi rumah dengan cara mengkredit atau menangsur. digunakan oleh konsumen sebagai alternative yang memudahkan untuk memiliki rumah masa depan (Aswir & Misbah, 2018). Pemerintah, dengan kebijakan Surat Menteri Keuangan RI No.B-49/MK/I/1974 meluncurkan program kredit perumahan bersubsidi yakni Kredit Pemilikan Rumah (selanjutnya disebut KPR). Dimana KPR ini pertama kali dijalankan oleh bank milik negara yaitu Bank Tabungan Negara dan dilaksanakan di kota semarang (Rochman, Triasih, & Abib, 2019). Membeli rumah tidak di haruskan mempunyai uang cash, akan tetapi Pembeli hanya membayar yang uang muka (DP) yang besarnya minimal 5%-30% (Moh. Mukhsinin Syu'aibi & Ifdlolul Maghfur, 2019). Selain itu KPR mempunyai kredit jangka waktu yang lama dan angsuran yang dibayar dapat diiringi dengan peningkatan penghasilan konsumen (Hadija, Nuriatullah, & Nurfitriani,2020). Bank sebagai lembaga keuangan memanfaatkan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) supaya masyarakat dapat memiliki rumah dengan mudah (Fauziyyah, Febriadi, & Rojak, 2020).

Dari sisi konsumen, pada umumnya mereka sangat berhati-hati dalam memilih KPR di bank berkaitan dengan suku bunga yang di tetapkan pada masing masing bank. Masyarakat mempunyai beberapa opsi untuk Kredit Pemilikan

Rumah (KPR), yaitu KPR bank konvensional dan KPR bank syariah (Satria, 2018).

KPR bank syariah, Akad perjanjiannya meliputi Musyarakah Muttanaqisah, Murabahah dan Ijarah Mutahiyah Bittamlik.

Pembiayaan pada (KPR Syariah) pada umumnya menggunakan akad Isthisna' ataupun akad Murabahah , skema yang di gunakan melibatkan tiga pihak, yaitu; Developer pihak penyedia rumah, nasabah sebagai pembeli rumah dan pihak perbankan sebagai pihak pembiayaan (Yawarman, 2019).

KPR Syariah non bank , hadir sebagai pilihan masyarakat untuk memiliki rumah yang berkah sesuai yang di syaratkan syariah. Tanpa riba, tanpa denda dan tanpa sita, skema pembiayaan kepemilikan rumah tanpa melibatkan perbankan sebagai pihak ke tiga. atau di sebut in-house, yang bertransaksi cukup konsumen denganpihak developer, Dp awal 30 % dari harga rumah dan pembayaran Kredit langsung ke Developer. Property syariah harus sesuai dengan hukum Islam, yakni kebijakan muamalah yang sesuai dengan syariah, khususnya di sektor perumahan, penjualan property adalah akad istishna', yang memberikan fleksibilitas untuk melakukan penjualan perumahan yang belum dikembangkan atau baru saja dibangun, menjadikannya elemen penting dalam pengembangan KPR syariah (Melani Nur Khuzaifah, Redi Hadiyanto, and Neng Dewi Himayasi 2024).

Pembeli (mustashni) dan penjual (sani) setuju untuk membuat barang tertentu dengan persyaratan dan kriteria tententu. Bagi beberapa ulama, akad istishna' hampir sama dengan akad as-salam karena keduanya melibatkan jual beli barang yang belum ada.Pembayaran bai' istishna' dapat dilakukan secara tidak langsung yang berarti bahwa pembayaran tidak dilakukan pada

saat pembeli menerima barang akan tetapi dilakukan secara mencil atau sekaligus pada waktu yang ditentukan, salah satu landasan hukum akad istishna (Melani Nur Khuzaifah, Redi Hadiyanto, and Neng Dewi Himayasi 2024)

Masalah biasanya muncul dalam penyerahan unit rumah yang diterima pembeli tidak sesuai, menyebabnya seperti kesalahan dalam komunikasi antara pembeli dan penjual, kesalahan dalam proses produksi atau pembuatan barang, atau perbedaan persepsi antara pembeli dan penjual mengenai spesifikasi pesanan.

Selain itu konsep Pembangunan rumah dan lingkungan juga harus berdasarkan Konsep syariah dimulai dari bentuk, desain, fasilitas, dan lingkungan rumah. Di harapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat untuk perumahan dan menjadi peluang investasi tanpa mengalami proses administrasi yang rumit dan tanpa menggunakan perantara bank. (Melani Nur Khuzaifah, Redi Hadiyanto, and Neng Dewi Himayasi 2024)

Perumahan Pesona Bukit Sulaiman menerapkan Skema pembiayaan KPR tanpa bank yang di sebut juga KPR system syariah dalam bertransaksi dengan konsumen menggunakan akad Istisna' yang sesuai dengan akad syari'ah tanpa melibatkan pihak ketiga atau dalam hal ini perbankan. Dalam bertransaksi menawarkan kemudahan dengan menereapkan 7 tanpa, yaitu tanpa bank, tanpa riba, tanpa sita, tanpa denda, tanpa Bi-Cheking, tanpa Asuransi, tanpa akad bermasalah. Cukup bawa KTP, KK dan Slip Gaji, bisa melakukan Perjanjian Perikatan Jual Beli (PPJB) di Notaris melakukan pembayaran Down Paymen (DP) yang telah di sepakati dan melakukan angsuran perbulan langsung ke developer, Perbankan hanya sebagai

peyimpanan uang masuk dan keluar bukan untuk pembiayaan KPR. Skema pembelianya adalah konsumen beli langsung ke developer, dan dibuatkan perjanjian jual beli (PPJB) di Notaris sesuai kesepakatan dan di Notariilkan.

PT. Borneo Sejahtera Propertindo adalah Developer yang sedang mengerjakan proyek Perumahan Pesona Bukit Sulaiman, Lokasinya berada di Jl. Pjhi dalam Rt. 058 kel. Batakan, Balikpapan Timur, adalah salah satu Developer Syariah dalam naungan asosiasi DPS (Developer Property Syariah)

Terkait dengan perilaku konsumen dalam menentukan minat beli Di perumahan syariah tanpa bank , maka pendekatan Theory of planned behavior (TPB) menjadi sumber rujukan dalam menjelaskan minat beli konsumen. Teori tersebut menjelaskan bahwa minat beli seorang konsumen atas barang atau jasa dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan control prilaku yang dipersepsikan.

Penelitian terdahulu telah menjelaskan bahwa sikap, norma Subyektif, control prilaku yang di rasakan, tidak memiliki efek langsung untuk niat investasi di bidang property pada generasi Z di Philipina (Gumarsing dan Niro, 2023). Berbeda dengan hasil penelitian tersebut, penelitian Wu et al, (2021) menemukan bahwa niat beli dipengaruhi oleh variable-variabel TPB, yakni sikap, norma subyektif dan control perilaku konsumen bisnis hijau perumahan. Penelitian Masukujaman et al (2023) pada konsumen perumahan hijau di Malaysia juga menghasilkan temuan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, memiliki efek positif dan signifikan pada niat membeli rumah hijau, dengan sikap menunjukkan efek tertinggi. Studi ini juga memvalidasi teori perilaku

terencana (TPB), yang memberikan wawasan penting bagi perusahaan yang terlibat Dalam pengembangan perumahan untuk strategi bisnis masa depan mereka. Perbedaan hasil penelitian tersebut mungkin disebabkan oleh tidak dimasukkannya nilai-nilai religiusitas kedalam model. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba memasukan nilai-nilai religiusitas sebagai variable yang memoderasi hubungan antara sikap, norma subyektif dan control perilaku dengan minat beli.

Kekurangan dari TPB dan penelitian tersebut adalah tidak memasukkannya nilai-nilai religiusitas ke dalam modelnya. Padahal dalam konteks pembiayaan KPR berbasis syariah, nilai-nilai religiusitas harus diperhatikan. Oleh karena itu, penting untuk memasukan nilai-nilai religiusitas kedalam model TPB. Minat beli (purchase intention) adalah kecenderungan atau niat seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa dalam waktu dekat. Dalam konteks perumahan syariah, minat beli mencerminkan keinginan konsumen untuk memiliki rumah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti bebas riba, tanpa denda, dan menggunakan akad syariah seperti istishna' atau murabahah

Penelitian ini menambahkan religiustias sebagai variabel moderasi, yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara ketiga faktor tersebut dengan minat beli

1.2. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah di atas, dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Peran Religiusitas dapat memoderasi hubungan antara sikap, norma subyektif, kontrol prilaku dengan minat beli KPR di Perumahan berbasis syariah”. Untuk hal tersebut, 6 (enam) pertanyaan penelitian diajukan dalam penelitian ini, yakni :

- 1) Bagaimana pengaruh sikap terhadap minat beli?
- 2) Bagaimana pengaruh norma subyektif terhadap minat beli ?
- 3) Bagaimana pengaruh control prilaku terhadap minat beli?
- 4) Bagaimana peran moderasi religiusitas dalam hubungan antara sikap dengan minat beli?
- 5) Bagaimana peran moderasi religiusitas dalam hubungan antara norma subyektif dengan minat beli ?
- 6) Bagaimana peran moderasi religiusitas dalam hubungan antara control prilaku dengan minat beli

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan:

- 1) Pengaruh sikap terhadap minat beli.
- 2) Pengaruh norma subyektif terhadap minat beli
- 3) Pengaruh kontrol prilaku terhadap minat beli
- 4) Peran moderasi religiusitas dalam hubungan antara sikap dengan minat beli
- 5) Peran moderasi religiusitas dalam hubungan antara norma subyektif dengan minat beli
- 6) Peran moderasi religiusitas dalam hubungan antara control prilaku dengan minat beli

1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Teoritis: Menambah wawasan dan literatur mengenai penerapan Theory of Planned Behavior dalam konteks perumahan syariah dan peran religiusitas sebagai variabel moderasi.
- 2) Praktis: Memberikan rekomendasi kepada pengembang perumahan syariah dan lembaga keuangan syariah untuk membuat strategi pemasaran yang lebih efektif yang dapat memikat konsumen
- 3) Kebijakan: Memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan tentang pentingnya menyediakan opsi pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Teori Perilaku Terencana / Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) adalah salah satu teori yang paling banyak digunakan untuk memprediksi niat dan perilaku manusia. TPB terdiri dari tiga variabel utama: Sikap (Attitude), Norma Subjektif (Subjective Norms) dan Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (Perceived Behavioral Control) sebagai variable yang menentukan minat beli. Oleh karena penelitian ini dilakukan pada obyek berbasis syariah, maka peran religiusitas sangat penting untuk menentukan minat beli konsumen pada KPR berbasis syariah. Akibatnya religiusitas dalam hal ini menjadi variable moderasi yang menjelaskan hubungan antara sikap, norma subyektif dan control perilaku dengan minat beli.

2.1.1. Sikap

Sikap (Ajzen & Fishbein, 2000) adalah penilaian Perilaku menguntungkan atau tidak menguntungkan. Diyakini bahwa Sikap ditentukan oleh ide-ide penting seseorang efek negatif dan positif suatu perilaku. Oleh karena itu, ketika seseorang percaya bahwa manfaat perilaku lebih besar daripada kerugiannya, mereka diyakini memiliki hal positif (Ibrahim Moawad 2023). Sikap (Attitude) adalah penilaian positif atau negatif seseorang terhadap perilaku Yang dipengaruhi oleh keyakinan tentang hasil dari perilaku tersebut (Gumasing, M.J.J., & Niro, R.H.A. (2023)). Menurut mereka, sikap diukur dengan keyakinan

tentang risiko membeli property, dan evaluasi terhadap manfaat dan risiko tersebut. Sementara itu, Wu, C., Liang, S., Wu, W., & Hong, Y. (2021) mengukur sikap diukur dengan evaluasi terhadap pengalaman, selera dan nilai. Kemudian penelitian Moawad, A.M.I. (2023), mengukur sikap konsumen dengan 3 indikator, yakni keyakinan bahwa membeli properti real estate memiliki manfaat lebih besar daripada kerugian, keyakinan bahwa membeli properti real estate adalah investasi yang berharga, dan keyakinan bahwa membeli properti real estate mencerminkan selera pribadi. Peneliti lain, seperti Harnoko, A.D., & Herianingrum, S. (2020) mengukur sikap dengan keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah memiliki manfaat lebih besar daripada kerugian, keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah adalah investasi yang berharga, dan keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah mencerminkan nilai-nilai pribadi.

Penelitian ini mendefinisikan sikap sebagai evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tertentu. Indikator yang digunakan dalam mengukur sikap pada penelitian ini adalah :

- 1) Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah memiliki manfaat lebih besar daripada kerugian.
- 2) Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah adalah investasi yang berharga.
- 3) Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah mencerminkan nilai-nilai pribadi

2.1.2. Norma subyektif

Norma subjektif berasal dari keyakinan normatif apakah tekanan sosial yang dirasakan untuk terlibat atau melepaskan diri dalam Perilaku akan mempengaruhi Niat perilaku. Norma subjektif umumnya diucapkan oleh mereka yang penting/dekat dengan individu. Keyakinan normatif yang mempengaruhi norma subjektif menjadi keyakinan deskriptif. Keyakinan injunctive adalah kemungkinan bahwa kelompok referensi individu akan membuat pendapat mereka tentang Perilaku diketahui. Sebagai alternatif, keyakinan deskriptif adalah pandangan tentang apakah mereka mempraktikkan Perilaku atau tidak (Ajzen, 1991; Ajzen, 2002; Ajzen, 2011; Ajzen & Fishbein, 2000; Ajzen & Fishbein, 2005).

Menurut Gumasing, M.J.J., & Niro, R.H.A. (2023), indikator norma subyektif adalah (a) persepsi tentang apa yang orang penting (keluarga, teman) pikirkan tentang membeli property dan (b) motivasi untuk mematuhi pendapat orang penting tersebut. Wu, C., Liang, S., Wu, W., & Hong, Y. (2021) mengukur norma subyektif dengan 3 indikator, yakni (a) Teman saya menganjurkan saya untuk membeli green residence, (b) keluarga saya menganjurkan untuk membeli green residence, dan (c) kebijakan mendukung saya untuk membeli green residence. Masukujaman (2023) mengukur norma subyektif dengan 3 indikator, yakni (a) Keluarga saya mengajurkan untuk membeli green home daripada rumah biasa, (b) Teman dekat saya menganjurkan untuk membeli rumah di green home, dan (c) banyak orang menganjurkan saya untuk membeli rumah di green home

mendukung keputusan untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah, (b) Persepsi bahwa teman-teman mendukung keputusan untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah, dan (c) Persepsi bahwa kebijakan pemerintah mendukung keputusan untuk mengambil kredit di perumahan syariah.

Penelitian ini mendefinisikan norma subyektif sebagai pengaruh sosial yang dirasakan individu dari orang-orang penting di sekitarnya. Sementara indicator yang digunakan adalah:

- 1) Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah memiliki manfaat lebih besar daripada kerugian.
- 2) Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah adalah investasi yang berharga.
- 3) Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah mencerminkan nilai-nilai pribadi

2.1.3. Kontrol perilaku

Kontrol perilaku yang dirasakan dibentuk oleh keyakinan kontrol yang muncul melalui informasi yang menghalangi atau mendorong individu untuk mengambil bagian dalam Perilaku selama situasi yang menarik. faktor seperti waktu, kemampuan keuangan, pengalaman, dan sumber daya lainnya adalah faktor kontrol (Ajzen, 1991; Ajzen, 2002; Ajzen & Fishbein, 2005). Teori ini mengakui bahwa mungkin ada keadaan latar belakang lain yang berbeda yang dapat mempengaruhi bagaimana keyakinan terbentuk dan memengaruhi niat dan Perilaku itu sendiri. Menurut Gumarsing, MJJ dan Niro, RHA (2023) Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (Perceived Behavioral Control) adalah

Memperepsikan kemudahan atau kesulitan dalam perilaku Ini dipengaruhi oleh keyakinan kontrol dan kekuatan faktor pengendali.

Beberapa peneliti mengukur variable control perilaku sebagai berikut:

- 1) Gumasing, J.J., & Niro, R.H.A. (2023) mengukur variable ini dengan 3 indikator, yakni (a) keyakinan tentang kemampuan finansial untuk membeli property, (b) keyakinan tentang ketersediaan informasi dan sumber daya untuk membeli property, dan (c) Persepsi tentang hambatan atau kendala dalam membeli properti.
- 2) Wu, C., Liang, S., Wu, W., & Hong, Y. (2021) mengukur variable control perilaku dengan 3 indikator, yakni (a) saya tahu banyak tentang fungsi green residence, (b) saya memiliki banyak informasi tentang green residence, dan (c) Saya sangat menyadari kelebihan dan kekurangan green residence
- 3) Masukujaman, M., Wang, C.-K., Alam, S.S., Lin, C.-Y., Ho, Y.-H., & Siddik, A.B. (2023) mengukur variable control perilaku dengan 5 indikator, yakni:
 - a. Saya yakin akan membeli green home meskipun harganya sedikit lebih mahal.
 - b. Saya yakin akan membeli green home meskipun orang lain menyarankan sebaliknya.
 - c. Saya yakin bahwa saya akan mampu menggunakan energi surya PV
 - d. Membeli green home sepenuhnya berada dalam kendali saya.
 - e. Saya memiliki dana dan kemampuan untuk membeli green home.

- 4) Harnoko, A.D., & Herianingrum, S. (2020) mengukur variable kontrol perilaku dengan 3 indikator sebagai berikut:
- 1) Keyakinan tentang kemampuan finansial untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah.
 - 2) Keyakinan tentang ketersediaan informasi dan sumber daya untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah.
 - 3) Persepsi tentang hambatan atau kendala dalam mengambil kredit di perumahan syariah.

Penelitian ini mendefinisikan kontrol perilaku sebagai persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tersebut, sedangkan indicator yang digunakan adalah:

- 1) Keyakinan tentang kemampuan finansial untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah.
- 2) Keyakinan tentang ketersediaan informasi dan sumber daya untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah.
- 3) Persepsi tentang hambatan atau kendala dalam mengambil kredit pemilikan rumah syariah

2.1.4. Minat Beli

Didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen dalam membeli produk dalam kondisi tertentu. Yang terkait dengan perilaku, persepsi, dan sikap konsumen, Bernd Schmitt, June Cotte, Markus Giesler, Andrew Stephen, Stacy Wood(2025), minat beli atau keinginan konsumen untuk membeli produk, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, harga, efektivitas iklan, dan pengaruh sosial, Justin Paul(2025),

membeli produk tertentu berdasarkan persepsi mereka terhadap merek, loyalitas pelanggan, risiko yang dirasakan, dan motivasi pembelian, Dipayan Biswas, Mirella Kleijnen(2023) keinginan atau minat konsumen untuk membeli produk real estate yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepercayaan terhadap pengembang, kualitas produk, dan kesesuaian dengan nilai-nilai syariah (Muhammad Ridwan, Siti Aisyah(2024), Approach Ahmad Fauzi, Nurul Huda (2025)

Beberapa peneliti mengukur variable Minat beli sebagai, (a) Kesediaan untuk membayar lebih dari suatu merek yang di inginkan (b) bersedia menunggu lebih lama untuk mendapatkan merek tertentu, (c) kesediaan berkeliling untuk mendapatkan merek tertentu, (d) kesediaan berkendara jauh untuk membeli produk tertentu, (e)Ada keinginan untuk membeli merek tertentu di masa mendatang (Nuryakin et. al, 2023). Sementara itu, Watanabe et al (2020) mengukur minat beli dengan kesediaan untuk membeli produk tertentu bila sudah tersedia di toko, kesediaan untuk membeli produk tertentu meskipun harganya mahal, dan kemungkinan besar untuk membeli produk tertentu di masa depan. Penelitian ini menggunakan indicator sebagai berikut :

- 1) Kesediaan untuk membayar lebih untuk rumah dengan pembiayaan berbasis syariah;
- 2) kesediaan menunggu lebih lama untuk mendapatkan rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah;
- 3) keinginan untuk membeli merek tertentu dii masa mendatang, dan

- 4) kemungkinan besar untuk membeli produk tertentu di masa depan.

2.1.5. Research gab pada penelitian terdahulu

- 1) Kurangnya integrasi nilai nilai religiusitas dalam model TPB, dalam kontek perumahan syariah.
- 2) Minimnya studi empiris di indonesia khususnya kalimantan timur yang menguji peran religiusitas sebagai variabel moderasi dalam keputusan pembelian di perumahan syariah.
- 3) Keterbatasan peneitian sebelumnya yang hanya menguji pengaruh langsung variabel TPB tanpa mempertimbangkan faktor faktor konstektual seperti spiritualitas dan nilai nilai keagamaan



2.2. Pengembangan hipotesis

TPB menjelaskan bahwa niat beli produk atau jasa ditentukan oleh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku. Teori ini didukung penelitian Wu et al (2021) yang menjelaskan bahwa konsumen perumahan dengan konsep hijau ditentukan oleh variabel-variabel TPB, seperti sikap, norma subyektif, dan control perilaku. Penelitian yang sama yang dilakukan oleh Masukujjaman et al (2023) pada konsumen perumahan green concept di Malaysia. Penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwa sikap, norma subjektif kontrol perilaku yang dirasakan, nilai yang dirasakan, harga yang wajar dan pengetahuan bangunan, memiliki efek positif dan signifikan pada niat membeli rumah dengan konsep hijau, dengan sikap menunjukkan efek tertinggi. Studi ini juga memvalidasi teori perilaku terencana (TPB), yang memberikan wawasan penting bagi perusahaan yang terlibat dengan industri pengembangan perumahan untuk strategi bisnis masa depan mereka. Pada penelitian Harnoko dan Herianingrum(2020) pada konsumen KPR berbasis syariah di Surabaya juga menemukan hal yang sama, yakni sikap, norma subyektif dan control perilaku menentukan niat beli rumah dengan KPR syariah. Hasil penelitian di atas menggambarkan bahwa niat beli perumahan dengan pembiayaan KPR ditentukan oleh sikap, norma subyektif dan control perilaku. Relasi yang sama mungkin juga berlaku pada konsumen perumahan dengan pembiayaan berbasis syariah. Oleh karena itu, hipotesis H1, H2 dan H3 ditetapkan sebagai berikut:

H1 = Terdapat pengaruh positif sikap konsumen terhadap niat beli rumah berbasis syariah.

H2 = Terdapat pengaruh positif norma subyektif konsumen terhadap niat beli rumah dengan pemberian KPR berbasis syariah.

H3 = Terdapat pengaruh positif control perilaku konsumen terhadap niat beli rumah dengan pemberian KPR berbasis syariah.

Terkait dengan peran religiusitas dalam membentuk niat beli konsumen, penelitian Gustati et al (2023) menjelaskan Religiusitas ataupun Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat menggunakan produk keuangan syariah. Penelitian ini menempatkan peran religiusitas sebagai variable moderasi dalam hubungan sikap, norma subyektif dan control perilaku dengan niat beli. Oleh karena itu, hipotesis H4, H5 dan H6 diajukan sebagai berikut:

H4 = Religiusitas berperan sebagai moderasi dalam hubungan antara sikap konsumen dengan niat beli rumah dengan pemberian KPR berbasis syariah.

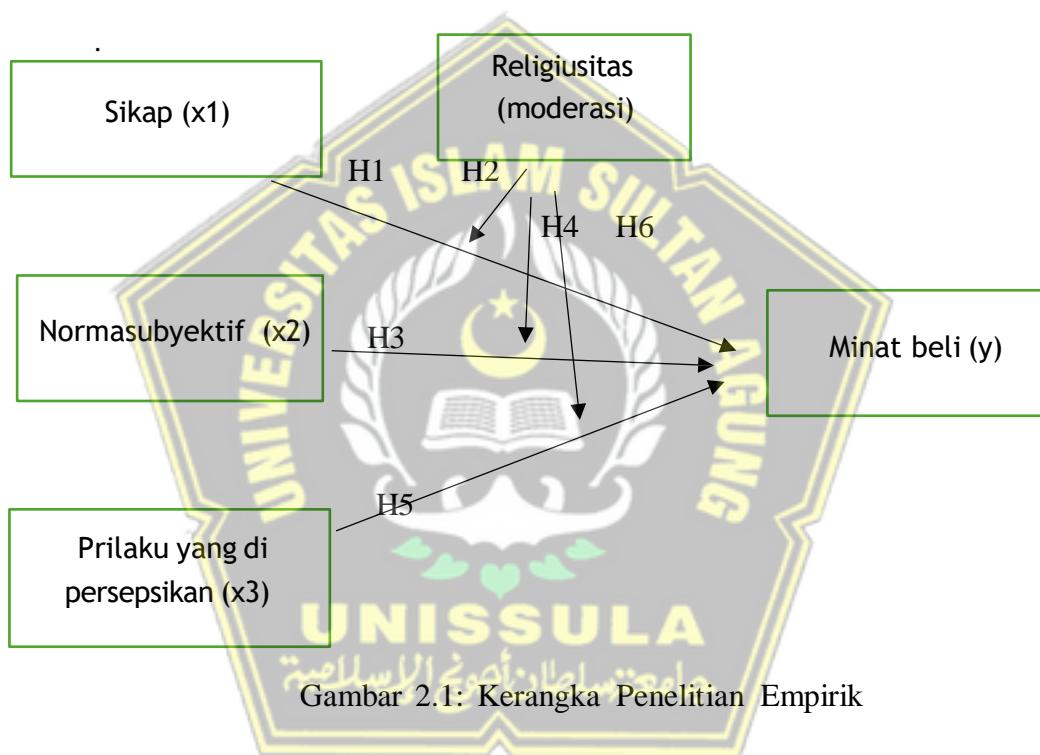
H5 = Religiusitas berperan sebagai moderasi dalam hubungan antara norma subyektif konsumen dengan niat beli rumah dengan pemberian KPR berbasis syariah.

H6 = Religiusitas berperan sebagai moderasi dalam hubungan antara control perilaku konsumen dengan niat beli rumah dengan pemberian KPR berbasis syariah.

2.3. Kerangka Penelitian Empirik

Kerangka penelitian ini menggambarkan hubungan antar variable yaitu X1. Sikap terhadap perilaku (Attitude towards behavior), X2 Norma

subyektif (Subjective norm), X3 Kontrol perilaku yang dipersepsikan (Perceived behavioral Variabel moderasi Religiusitas, dan variable y. minat beli. Model penelitian ini berdasarkan pada kajian teoritis dan penelitian terdahulu yang mendukung hubungan kausal antar variable, di asumsikan variable X1, X2, X3 dengan moderasi Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variable y (minat Beli).



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatory research ,bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). TPB terdiri dari tiga variabel utama: Sikap (Attitude), Norma Subjektif (Subjective Norms), dan Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (Perceived Behavioral Control). Dalam penelitian ini, religiusitas dapat berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat beli,. Dengan sasaran keluarga muslim dan non muslim yang pingin bebas dari riba

Penelitian ini menggunakan statistik SEM PLS 4 yang Tujuannya adalah untuk menguji hubungan kausal antar variabel dalam strategi pemasaran properti syariah berdasarkan data kuesioner.

Menurut Hair et al. (2021) dalam jurnal Journal of Marketing Theory and Practice (Q1), pendekatan kuantitatif sangat tepat digunakan dalam penelitian yang bertujuan menguji model teoritis melalui data empiris, terutama dengan metode SEM.

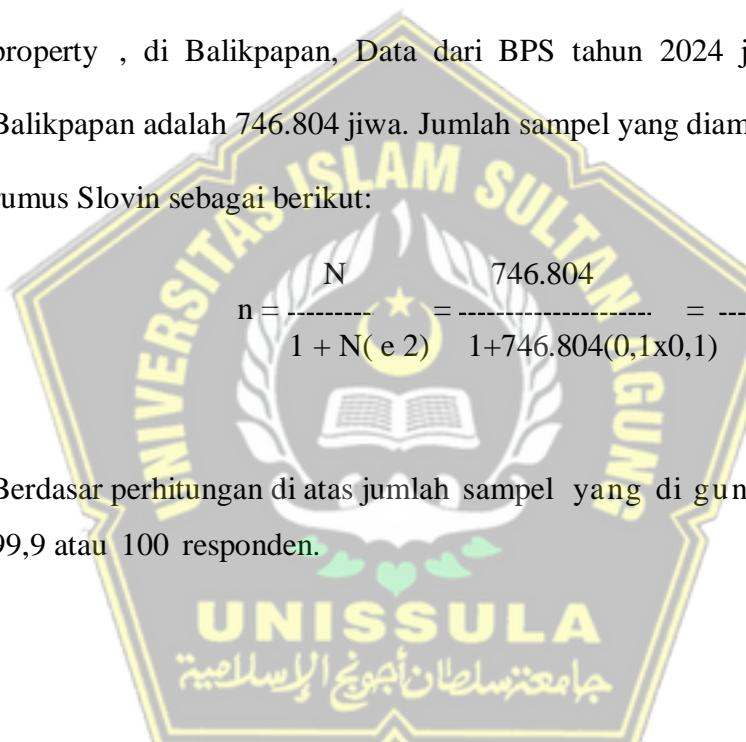
3.2. Populasi dan teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dan calon konsumen properti syariah di wilayah Balikpapan dan kota di sekitarnya. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria

responden yang telah mengenal atau berinteraksi dengan produk properti syariah. di pilih secara acak , Sedangkan menurut sugiyono (2021) pendekatan kauntitaif, sampel adalah bagian dari populasi secara keseluruhan responden yang di pilih harus mewakili populasi agar dapat mengasilkan miniatur hasil penelitian, teknisnya responden yang di pilih di sebut sampel, Jumlah populasi yang diteliti adalah, konsumen berusia 20 ke atas, yang belum memiliki rumah atau masyarakat umum yang ingin berinvestasi di property , di Balikpapan, Data dari BPS tahun 2024 jumlah penduduk Balikpapan adalah 746.804 jiwa. Jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)} = \frac{746.804}{1 + 746.804(0,1 \times 0,1)} = \frac{746.804}{7.469} = 99,9$$

Berdasarkan perhitungan di atas jumlah sampel yang digunakan adalah 99,9 atau 100 responden.



3.3. Sumber dan Jenis Data.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengukur sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan, dan tingkat religiusitas. Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden yang telah dipilih secara acak Berjumlah 100 responden atau melalui wawancara langsung, Sedangkan data sekunder juga digunakan untuk mendukung analisis, yang diperoleh dari literatur, jurnal, dan laporan terkait.

3.3.1. Variabel dan Indikator

Tabel 3.1: variable dan indikator

N0.	Nama Variabel	Difinisi	Indicator yang di pilih dan di tetapkan	Skala pengukuran
1	sikap terhadap perilaku (Attitude towards behavior)	Sikap adalah evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tertentu.	1. Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah memiliki manfaat lebih besar daripada kerugian. 2. Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah	Skala 1-5

adalah investasi
yang berharga.

3. Keyakinan bahwa kredit pemilikan rumah syariah mencerminkan nilai-nilai pribadi

2	Norma subyektif (Subjective norm)	Norma subyektif adalah pengaruh sosial yang dirasakan individu dari orang-orang penting di sekitarnya	1. keluarga mendukung keputusan untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah. 2. Teman-teman mendukung keputusan untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah. 3. kebijakan pemerintah mendukung keputusan untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah	Skala 1-5
			4.	

3	Kontrol perilaku yang dipersepsikan (Perceived behavioral control)	Kontrol perilaku adalah persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan tentang kemampuan finansial untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah. 2. Keyakinan tentang ketersediaan informasi dan sumber daya untuk mengambil kredit pemilikan rumah syariah 3. Persepsi tentang hambatan atau kendala dalam mengambil kredit pemilikan rumah syariah 	Skala 1-5
---	--	--	--	-----------



4	Religiusitas	Religiusitas adalah tingkat kepercayaan dan praktik keagamaan individu.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pelaksanaan ritual keagamaan seperti shalat, puasa, dan zakat. 2. Kepercayaan terhadap ajaran agama dan prinsip-prinsip syariah. 3. Pengalaman spiritual dan hubungan pribadi dengan Tuhan. 4. di laksanakan kajian Pemahaman tentang ajaran agama dan hukum-hukum syariah 5. Konsekuensi: Dampak dari religiusitas terhadap perilaku sehari-hari 	Skala 1-5
5	Minat Beli	Kecenderungan konsumen untuk membeli perumahan yang sesuai dengan hukum syariah.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kesediaan untuk membayar lebih untuk rumah dengan pembiayaan berbasis syariah; 2. kesediaan menunggu lebih lama untuk mendapatkan rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah; 3. keinginan untuk membeli merek tertentu di masa mendatang, dan 4. kemungkinan besar untuk membeli produk tertentu di masa depan. 	Skala 1-5

3.3.2. Skala pengukuran variabel

Menggunakan skala likert, skala yang di rancang untuk menilai seberapa besar sikap setuju responden terhadap sebuah pernyataan dengan metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan positif ataupun negative terhadap suatu pernyataan. Skala yang ditetapkan adalah skala 1 sampai dengan 5. 1 menggambarkan sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan, sedangkan 5 sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

3.3.3. Metode Analisis Data

Structural Equation Modeling (SEM) Hair et al. (2021): SEM cocok Untuk model teoritis yang melibatkan hubungan kausal antar konstruk , Henseler et al. (2015) dalam MIS Quarterly (Q1): SEM memungkinkan validasi model teoritis secara komprehensif, Sarstedt et al. (2020) dalam Journal of Business Research (Q2): SEM memberikan keunggulan dalam menguji model dengan data survei.

Metode SEM digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk laten yang diukur melalui indikator-indikator dalam kuesioner., SEM memungkinkan analisis simultan antara model pengukuran dan model struktural.

Alasan Pemilihan SEM:

Kemampuan menguji model kompleks dengan banyak variabel laten dan indikator.

Menggabungkan analisis faktor dan regresi dalam satu kerangka analisis.

Mengukur validitas dan reliabilitas konstruk secara menyeluruh.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan SEM PLS 4, untuk menguji hubungan antara variabel-variabel TPB dengan niat beli konsumen,

serta analisis moderasi untuk menguji peran religiusitas. Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen penelitian.

Pengujian penelitian ini menggunakan SmartPLS 4 adalah perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan analisis SEM berbasis PLS. SEM adalah teknik statistik yang memungkinkan peneliti untuk menguji dan memperkirakan hubungan yang kompleks antara variabel laten (tidak teramati langsung) dan variabel teramati (indikator). PLS-SEM adalah pendekatan berbasis varian yang lebih fleksibel dibandingkan SEM berbasis kovarian1.

Cara Kerja SmartPLS 4

- 1) Menyiapkan Data: Data yang akan dianalisis harus dalam format CSV atau Excel. Data ini harus mencakup variabel laten dan indikator yang akan digunakan dalam model.
- 2) Menghitung Koefisien Regresi Gunakan software smart pls 4 untuk menghitung koefisien regresi. Ini akan menunjukkan seberapa kuat setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
- 3) Menginterpretasikan Hasil: Periksa nilai p-value untuk menentukan signifikansi statistik dari setiap koefisien. Koefisien yang signifikan menunjukkan adanya hubungan yang berarti antara variabel independen dan dependen
- 4) Membuat Model Struktural: Model struktural mencakup variabel laten dan indikatornya serta hubungan antara variabel laten tersebut. Model ini dapat mencakup pengaruh langsung dan tidak langsung.
- 5) Mengimpor Data: Data diimpor ke dalam SmartPLS

- 6) Membuat Model Struktural: Model struktural mencakup variabel laten dan indikatornya serta hubungan antara variabel laten tersebut. Model ini dapat mencakup pengaruh langsung dan tidak langsung.
- 7) Mengimpor Data: Data diimpor ke dalam SmartPLS dan dihubungkan dengan model struktural yang telah dibuat.
- 8) Menghitung Model: Menggunakan algoritma PLS untuk menghitung model, termasuk validitas dan reliabilitas indikator, serta koefisien jalur antara variabel laten.
- 9) Bootstrapping: Teknik ini digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari koefisien jalur dengan menghasilkan distribusi sampel ulang.
- 10) Evaluasi Model: Meliputi pengujian validitas dan reliabilitas, serta evaluasi model struktural menggunakan berbagai ukuran seperti R-square, F-square, dan SRMR

3.3.4. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara

beberapa variabel independen (dalam hal ini, variabel-variabel TPB) dengan satu variabel dependen (niat beli konsumen). Langkah-langkahnya adalah:

- 1) Menyiapkan Data: Pastikan data sudah siap dan bersih, tanpa nilai yang hilang atau outlier yang tidak wajar.
- 2) Membangun Model Regresi: Tentukan variabel independen (misalnya, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan) dan variabel dependen (niat beli konsumen).

- 3) Menghitung Koefisien Regresi Gunakan software smart pls 4 untuk menghitung koefisien regresi. Ini akan menunjukkan seberapa kuat setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
- 4) Menginterpretasikan Hasil: Periksa nilai p-value untuk menentukan signifikansi statistik dari setiap koefisien. Koefisien yang signifikan menunjukkan adanya hubungan yang berarti antara variabel independen dan dependen.

3.3.5. Analisis Moderasi

Analisis moderasi digunakan untuk menguji apakah hubungan antara variabel independen dan dependen dipengaruhi oleh variabel moderasi religiusitas Langkah-langkahnya adalah:

- 1) Menyiapkan Data untuk variabel moderasi Religiusitas
- 2) Membangun Model Moderasi dengan menambahkan interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi ke dalam model regresi
- 3) Menghitung Koefisien Interaksi dengan menggunakan software statistik SEM PLS 4 untuk menghitung koefisien interaksi. Ini akan menunjukkan apakah efek variabel independen pada variabel dependen tergantung pada tingkat religiusitas.
- 4) Menginterpretasikan Hasil bisa di lihat dari nilai T.Statistik jika nilai $> 1,9$ dan p-value nilai $< 0,05$ dari koefisien interaksi untuk menentukan signifikansi statistik. Koefisien interaksi yang signifikan menunjukkan bahwa religiusitas memoderasi hubungan antara variabel independen dan dependen.

3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Data dari responden yang sudah terkumpul akan dianalisis menggunakan SEMPLS 4, untuk menguji hubungan antara variabel-variabel TPB dengan niat beli konsumen, serta analisis moderasi untuk menguji peran religiusitas. Hair et al. (2014): AVE dan CR adalah indikator utama dalam validasi konstruk SEM. - Kock (2015) dalam International Journal of e-Collaboration: Validitas diskriminan penting untuk memastikan konstruk tidak saling tumpang tindih

3.4.1. Uji Validitas terdiri dari

- 1). Convergent Validity: AVE (Average Variance Extracted)
nilai > 0.5
- 2). Discriminant Validity: Fornell-Larcker Criterion

3.4.2. Uji Reliabilitas:

- Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR) > 0.7

3.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah proses dalam penelitian untuk menguji kebenaran suatu dugaan atau asumsi yang dibuat sebelumnya berdasarkan teori atau observasi. Dalam konteks penelitian kuantitatif seperti yang saya lakukan dengan metode SEM-PLS, uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel dalam model penelitian signifikan secara statistik. Tujuan Uji Hipotesis

Menentukan apakah suatu variabel dapat berpengaruh terhadap variabel lain.

- 1) Menilai signifikansi statistik dari hubungan tersebut.
- 2) Menguji apakah interaksi atau moderasi antar variabel memperkuat atau melemahkan hubungan antar variabel

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Deskripsi data responden

Identitas responden dalam penelitian ini mencerminkan karakteristik demografis yang relevan dengan minat beli terhadap perumahan berbasis syariah. Responden dipilih secara acak, berdomisili atau sedang bekerja di balikpapan dan sekitarnya dengan kriteria telah mengenal atau berinteraksi dengan produk properti syariah, jumlah yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini 101 responden yang di sebarkan melalui WhatsApp dengan mengisi kusisioner di gogle form. Berikut adalah distribusi identitas responden:

4.1.1. Jenis kelamin Laki- laki

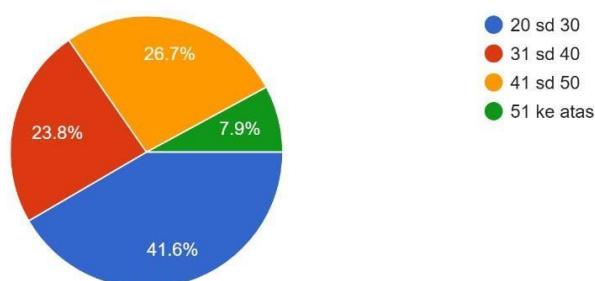
: 52 Responden

Perempuan :49 Responden

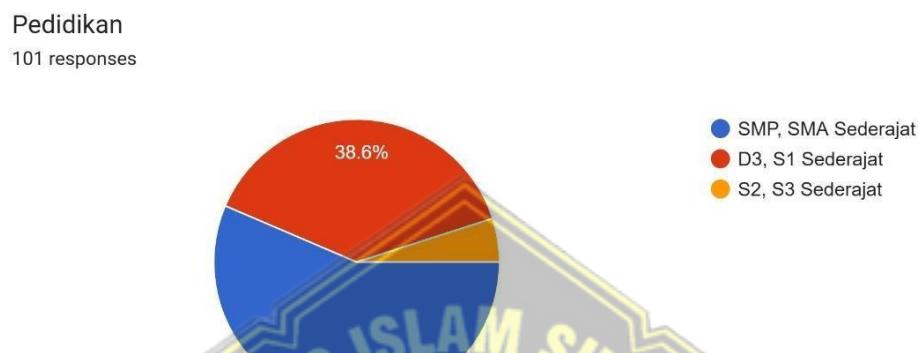
4.1.2. Kelompok Usia

Distribusi usia responden menunjukkan variasi yang cukup luas, dengan dominasi pada kelompok usia produktif:

Umur
101 responses



4.1.3. Distribusi Pendidikan responden menunjukkan variasi dengan dominasi pada kelompok SMP, dan SMA sederajat,



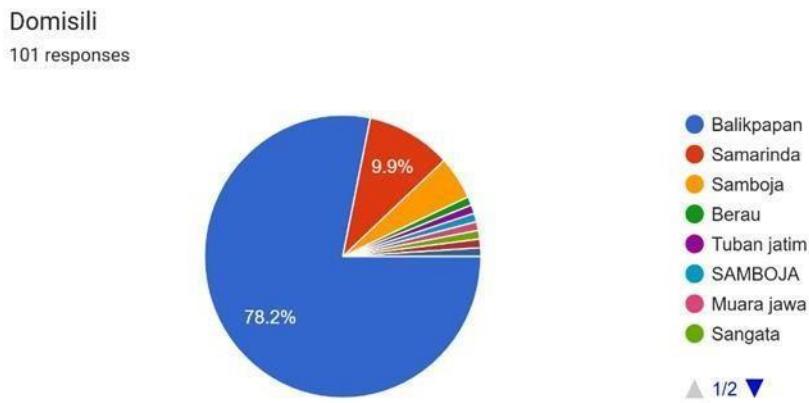
4.1.4. Agama

Mayoritas responden beragama Islam, sesuai dengan konteks penelitian tentang perumahan syariah:

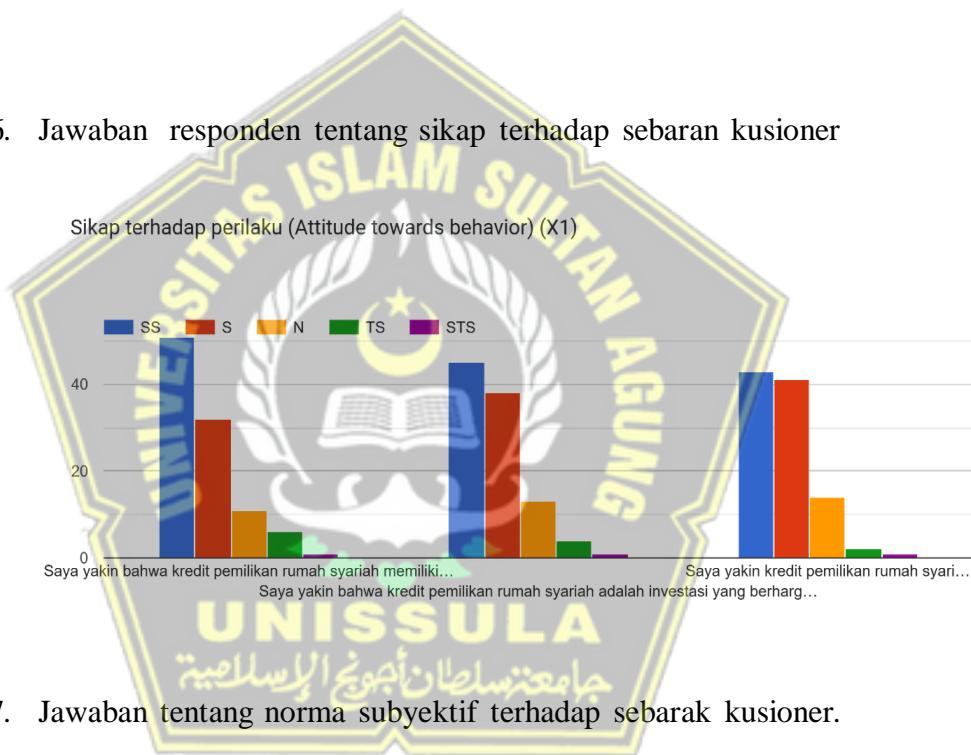


4.1.5. Domisili

Mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah berdomisili di balikpapan dan sekitarnya, atau yang sedang bekerja di balikpapan dan tinggal di balikpapan.



4.1.6. Jawaban responden tentang sikap terhadap sebaran kusioner



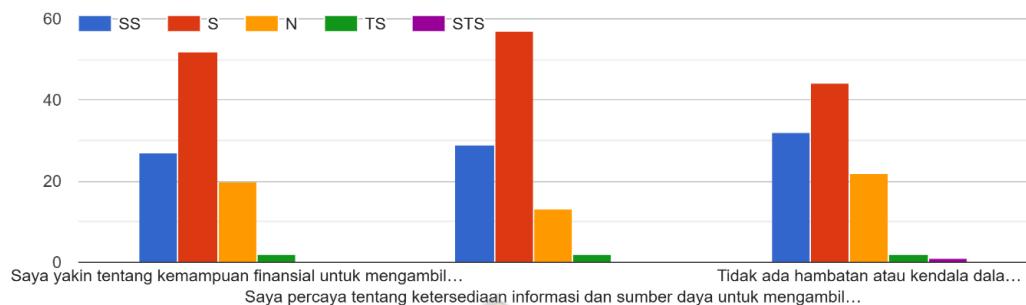
4.1.7. Jawaban tentang norma subyektif terhadap sebarak kusioner.

2. Norma subyektif (Subjective norm) (X2)



4.1.8. Jawaban Responden tentang kontrol prilaku terhadap sebarak kusioner

3. Kontrol perilaku



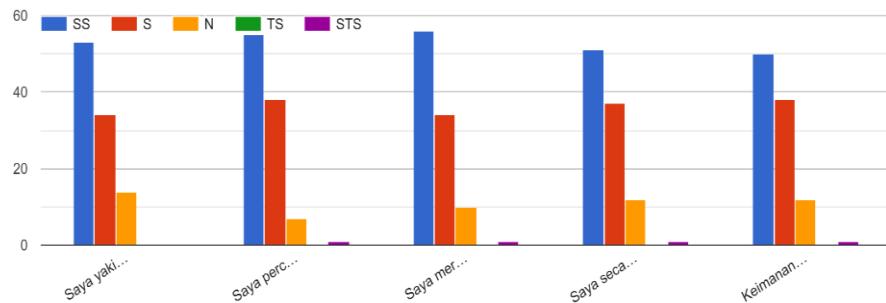
4.1.9. Jawaban Responden tentang minat terhadap sebaran kusioner

5. Minat beli variabel dependen (y)



4.1.10. Jawaban Responden Religiusitas terhadap sebaran kusioner.

4. Religiusitas , Variabel moderasi (X4)



4.2. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS). Data dikumpulkan dari sejumlah responden yang berdomisili atau sedang bekerja di balikapapn dan sekitarnya, di pilih secara acak dan diukur menggunakan skala Likert 1–5. Tidak terdapat data yang hilang (missing value = 0), sehingga seluruh data dapat dianalisis.(AVE)Tabel .

tabel 4.1Data Statistik Deskriptif Variabel

Name	Mis	mean	median	Obs.min	Obs.max	Std. devv	kurtosis	skewness
SP1	0	4.4	5	3	5	0.678	-0.616	-0.703
SP2	0	4.32	4	3	5	0.691	-0.809	-0.527
SP3	0	4.29	4	3	5	0.697	-0.865	-0.471
NS1	0	4.18	4	3	5	0.74	-1.129	-0.305
NS2	0	4.12	4	3	5	0.711	-1.008	-0.18
NS3	0	4.12	4	3	5	0.739	-1.149	-0.197
KP1	0	4.07	4	3	5	0.682	-0.836	-0.09
KP2	0	4.16	4	3	5	0.628	-0.522	-0.137
KP3	0	4.1	4	3	5	0.728	-1.101	-0.158
MB1	0	4.11	4	3	5	0.72	-1.055	-0.17
MB2	0	3.98	4	3	5	0.693	-0.9	0.027
MB3	0	4.27	4	3	5	0.691	-0.861	-0.419
MB4	0	4.15	4	3	5	0.712	-1.01	-0.23
RL1	0	4.4	5	3	5	0.707	-0.666	-0.758
RL2	0	4.48	5	3	5	0.624	-0.347	-0.8
RL3	0	4.46	5	3	5	0.67	-0.387	-0.866
RL4	0	4.39	5	3	5	0.691	-0.665	-0.702
RL5	0	4.38	5	3	5	0.69	-0.689	-0.672

Keterangan hasil nilai variabel, yang dapat adalah

- 4.2.1. Nilai rata-rata berkisar Observasi antara 3.98 hingga 4.48, menunjukkan kecenderungan jawaban yang tinggi.
- 4.2.2. Skewness dan kurtosis menunjukkan distribusi data relatif normal
- 4.2.3. Tidak ada outlier ekstrem yang mengganggu distribusi

4.3. Uji validitas dan realibilitas

4.3.1. Uji Validitas adalah data menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat mengukur konstruk yang di teliti. Jenis Validitas dalam SEM-PLS, ada 2 yaitu: Convergent Validity Diukur dengan Outer Loading dan Average Variance Extracted (AVE). Apabila nilai Outer loading > 0.7 dan nilai AVE > 0.5 Artinya indikator-indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi tinggi , abilitas Cronbach's Alpha adalah untuk mengukur konsistensi internal antar indikator. Composite Reliability (CR): lebih akurat dari alpha dalam SEM-PLS.Kriteria nya nilai Cronbach's Alpha > 0.7 dan nilai Composite Reliability > 0.7

Tabel 4.2, Data Outer Loading

	M	X1	X2	X3	X4
KP1				0.858	
KP2				0.881	
KP3				0.852	
MB1					0.741
MB2					0.828
MB3					0.866
MB4					0.837
NS1		0.825			
NS2			0.877		
NS3				0.816	
RL1	0.886				
RL2	0.847				
RL3	0.945				
RL4	0.936				
RL5	0.842	0.9			
SP1					
SP2		0.876			
Sp3			0.816		

Semua indikator memiliki nilai outer loading > 0.7 , hasilnya valid secara konvergen

Tabel 4.3; Reliabilitas Konstruk

Konstruk	Cronbach's alpha	Composite reliability (r.a)	Composite reliability(rho_c)	(AVE)
M	0.935	0.941	0.951	0.796
X1	0.831	0.846	0.899	0.747
X2	0.792	0.802	0.877	0.705
X3	0.83	0.836	0.898	0.746
Y	0.836	0.846	0.891	0.671

Hasil dari cronbach's alpha, composite reliability dan AVE Semua nilai memenuhi syarat > 0.7 , sehingga konstruk reliabel dan valid.

4.3.2. Diskriminan Validity

Menunjukkan bahwa konstruk yang berbeda tidak saling tumpang tindih . dapat di ukur dengan: HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio), Fornell-Larcker Criterion, Cross Loading

Dengan kriteria nilai korelasi antar konstruk harus lebih kecil dari korelasi indikator terhadap konstruknya sendiri.

Tabel 4.4 .Data HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio)

	M	X1	X2	X3
M	0.766			
X1.	0.68	0.808		
X2	0.619	0.735	0.857	
X3	0.74	0.608	0.769	0.84

Hasil data HTMT terpenuhi , Karena nilai masing masing variabel $< 0,9$ (librral)

4.3.3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan konsistensi hasil pengukuran. Artinya, jika instrumen digunakan berulang kali, hasilnya akan tetap stabil.

Tabel 4.5 Data Fornell-Larcker Criterion

M	M	X1	X2	X3	Y
	0.892				
X1	0.679	0.865			
X2	0.597	0.658	0.84		
X3	0.552	0.609	0.7	0.864	
Y	0.66	0.521	0.641	0.711	0.819

Hasil Tiap variabel Sudah memenuhi karena nilai di atasnya lebih besar dari pada

nilai di bawahnya

HTMT dan Fornell-Larcker Criterion menunjukkan bahwa setiap konstruktur memiliki korelasi lebih tinggi dengan indikatornya sendiri dibandingkan dengan konstruktur lain.

Tabel 4.6 Cross loading

	M	X1	X2	X3	Y
KP1	0.424	0.494	0.578		0.59
KP2	0.554	0.565	0.579		0.669
KP3	0.442	0.514	0.663		0.576
MB1	0.475	0.32	0.453	0.47	0.741
MB2	0.505	0.342	0.48	0.544	0.828
MB3	0.606	0.493	0.515	0.6	0.866
MB4	0.565	0.522	0.635	0.689	0.837
NS1	0.41	0.541	0.825	0.527	0.442
NS2	0.489	0.513	0.877	0.562	0.565
NS3	0.583	0.599	0.816	0.659	0.586
RL1		0.645	0.552	0.56	0.617
RL2		0.546	0.449	0.366	0.525
RL3		0.646	0.59	0.511	0.641
RL4		0.625	0.574	0.515	0.615
RL5		0.556	0.484	0.497	0.535
SP1	0.631	0.9	0.591	0.494	0.511
SP2	0.598	0.876	0.58	0.591	0.42
SP3	0.526	0.816	0.534	0.504	0.41

Hasil Nilai Variabel sudah terpenuhi karena nilai lebih besar dari pada nilai

sebelah kiri dan kanan nya.

Dengan demikian uji Validitas konvergen dan diskriminan sudah terpenuhi.

4.4. Uji Hipotesis

Komponen Utama dalam Uji Hipotesis SEM-PLS

Original sampel di gunakan untuk Menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh antar variabel. Nilai positif berarti pengaruh memperkuat , negatif berarti pengaruh memperlambat

T-Statistik Digunakan untuk menguji apakah koefisien tersebut berbeda secara signifikan dari nol. Jika $T > 1.96$ (untuk tingkat kepercayaan 95%), maka pengaruhnya signifikan.

P-Value di gunakan untuk Menunjukkan tingkat signifikansi statistik. Jika $P < 0.05$, maka pengaruhnya signifikan. Dapat di ukur pada beberapa menu di bootstrapping

Tabel 4.7 data Koefisien Jalur (Path Coefficient)

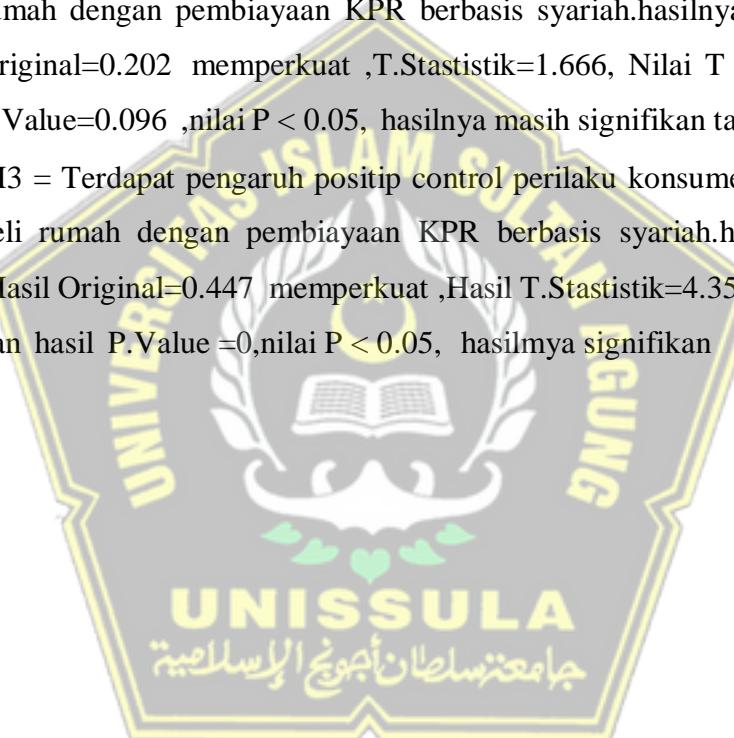
hipotesis	jalur	0.sampel	T.statistik	P.value	Katogory
	M -> Y	0.387	3.731	0	sig
H 1	X1 -> Y	-0.163	1.226	0.22	Non sig
H 2	X2 -> Y	0.202	1.666	0.096	sig
H 3	X3 -> Y	0.447	4.358	0	Sig
H 4	M x X1 -> Y	-0.072	0.622	0.534	Non sig
H 5	M x X3 -> Y	0.039	0.37	0.712	Non sig
H 6	M x X2 -> Y	0.009	0.091	0.928	Non sig

Hasil dari Uji Hubungan Langsung

4.4.1. H1. Terdapat pengaruh positif sikap konsumen terhadap niat beli rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah. Dapat di lihat dari tabel:

$X_1 \rightarrow Y$, Hasil Original = (-) 0,163 memperlemah, Hasil T.Stastistik; 1,226, Nilai T > 1,9, dan hasil P.Value = 0,22, nilai P < 0,05, hasilnya tidak signifikan

- 4.4.2. H₂ = Terdapat pengaruh positif norma subyektif konsumen terhadap niat beli rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah $X_2 \rightarrow Y$, Hasil Original = 0,202 memperkuat, T.Stastistik = 1,666, Nilai T > 1,9, dan hasil P.Value = 0,096, nilai P < 0,05, hasilnya masih signifikan tapi masih lemah
- H₃ = Terdapat pengaruh positif 2 perilaku konsumen terhadap niat beli rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah. hasilnya $X_2 \rightarrow Y$, Hasil Original = 0,202 memperkuat, T.Stastistik = 1,666, Nilai T > 1,9, dan hasil P.Value = 0,096, nilai P < 0,05, hasilnya masih signifikan tapi masih lemah
- 4.4.3. H₃ = Terdapat pengaruh positif control perilaku konsumen terhadap niat beli rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah. hasilnya $X_3 \rightarrow Y$, Hasil Original = 0,447 memperkuat, Hasil T.Stastistik = 4,358, Nilai T > 1,9, dan hasil P.Value = 0, nilai P < 0,05, hasilnya signifikan



Uji Moderasi Religiusitas

4.4.4. H4 = Religiusitas berperan sebagai moderasi dalam hubungan antara sikap konsumen dengan niat beli rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah. $M \times X_1 \rightarrow Y$, Hasil Original= (-) 0.072 memperlemah, Hasil T.Stastistik=0.622, Nilai T >1,9, dan hasil P.Value =,0.534 nilai P < 0.05, hasilnya tidak signifikan

4.4.5. H5 = Religiusitas berperan sebagai moderasi dalam hubungan antara norma subyektif konsumen dengan niat beli rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah.

$M \times X_3 \rightarrow Y$, Hasil Original=0.039 memperkuat, Hasil T.Stastistik=0.37, Nilai T >1,9, dan hasil P.Value =0.712, nilai P < 0.05, hasilnya tidak signifikan

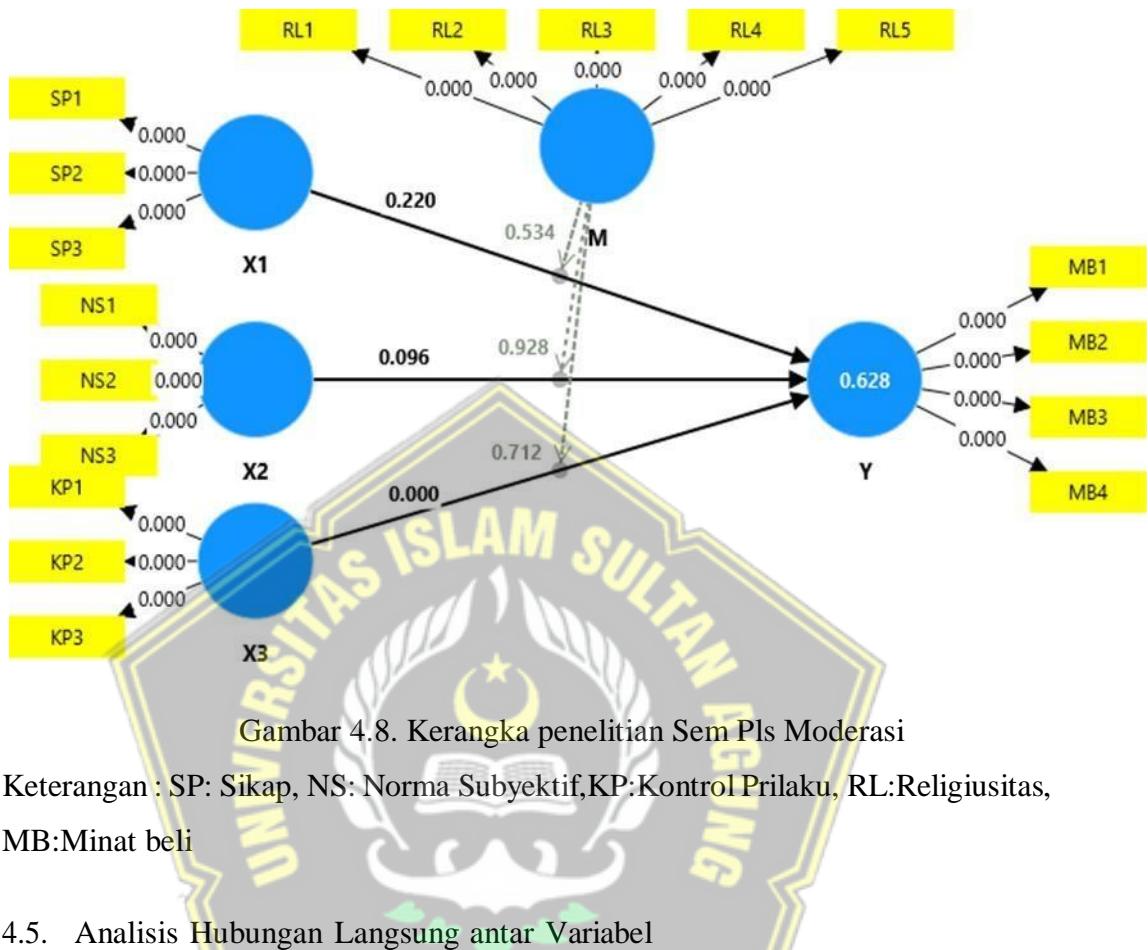
4.4.6. H6 = Religiusitas berperan sebagai moderasi dalam hubungan antara control perilaku konsumen dengan niat beli rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah. Hasilnya

$M \times X_2 \rightarrow Y$, Hasil Original=0.009 memperkuat, Hasil T.Stastistik=0.091, Nilai T

>1,9, dan hasil P.Value =0.928, nilai P < 0.05, hasilnya

tidak signifikan Kesimpulan: Variabel moderasi M tidak memperkuat hubungan antara X1, X2, dan

X3 terhadap Y secara signifikan.



Gambar 4.8. Kerangka penelitian Sem Pls Moderasi

Keterangan : SP: Sikap, NS: Norma Subyektif,KP:Kontrol Prilaku, RL:Religiusitas, MB:Minat beli

4.5. Analisis Hubungan Langsung antar Variabel

Penelitian ini menguji pengaruh tiga variabel bebas (sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku) terhadap minat beli rumah berbasis syariah, serta peran religiusitas sebagai variabel moderasi. Analisis dilakukan menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan software SmartPLS 4.

4.5.1. Pengaruh Sikap terhadap Minat Beli ($X_1 \rightarrow Y$)

Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Nilai koefisien jalur sebesar -0.163, dengan T-statistik = 1.226 dan p- value = 0.22, yang berarti tidak memenuhi kriteria signifikansi statistik ($p < 0.05$).

Penjelasanya Meskipun sikap terhadap KPR syariah secara teoritis dianggap penting, dalam konteks responden di Balikpapan, sikap tidak cukup kuat untuk mendorong minat beli. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya pemahaman atau pengalaman langsung terhadap produk KPR syariah, atau indikator sikap yang belum sepenuhnya mencerminkan persepsi konsumen. langsung terhadap produk KPR syariah, atau indikator sikap yang belum sepenuhnya mencerminkan persepsi konsumen

4.5.2. Pengaruh Norma Subyektif terhadap Minat Beli ($X_2 \rightarrow Y$) Norma subyektif memiliki pengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien 0.202, T-statistik = 1.666, dan p-value = 0.096. Meskipun belum mencapai tingkat signifikansi penuh, hasil ini menunjukkan adanya kecenderungan pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian.

Penjelasannya, Dukungan dari keluarga, teman, dan kebijakan pemerintah berperan dalam membentuk minat beli. Norma sosial menjadi faktor penting, terutama dalam masyarakat yang menjunjung nilai-nilai kolektif dan religius.

4.5.3. Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli ($X_3 \rightarrow Y$), menunjukkan pengaruh paling signifikan dengan koefisien 0.447, T-statistik = 4.358, dan p-value = 0.000. Penjelasan: Persepsi kemudahan dalam proses pembelian, kemampuan finansial, dan akses informasi menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian rumah syariah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih dipengaruhi oleh faktor praktis dan teknis daripada sikap atau norma sosial.

4.5.4. Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli ($X_3 \rightarrow Y$), menunjukkan pengaruh paling signifikan dengan koefisien 0.447, T-statistik = 4.358, dan p-value = 0.000. Penjelasanya, Persepsi kemudahan dalam proses pembelian, kemampuan finansial, dan akses informasi menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian rumah syariah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih dipengaruhi oleh faktor praktis dan teknis daripada sikap atau norma sosial.

4.5.5. Analisis Moderasi Religiusitas

Penelitian ini juga menguji apakah religiusitas dapat memperkuat hubungan antara variabel bebas dan minat beli. Hasilnya menunjukkan bahwa semua interaksi moderasi tidak signifikan:

Meskipun religiusitas memiliki pengaruh langsung terhadap minat beli, ia tidak berfungsi sebagai moderator yang memperkuat hubungan antara sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku dengan minat beli. Hal ini bisa disebabkan oleh homogenitas tingkat religiusitas responden atau kurangnya variasi dalam indikator religiusitas.

4.5.6. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini mendukung teori TPB bahwa kontrol perilaku merupakan determinan utama dalam pembentukan niat beli. Ketidaksignifikansiannya sikap dan moderasi religiusitas menunjukkan perlunya pengembangan model TPB yang lebih kontekstual syariah

4.5.7. Implikasi Praktis

Developer perumahan syariah sebaiknya memprioritaskan strategi yang meningkatkan persepsi kemudahan dan aksesibilitas pembelian.

Kampanye sosial yang melibatkan komunitas dan tokoh agama dapat memperkuat norma subyektif. Religiusitas dapat dijadikan nilai branding meskipun bukan penguatan antar variabel.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku terhadap minat beli rumah dengan pembiayaan KPR berbasis syariah, serta peran religiusitas sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS terhadap 101 responden di Balikpapan dan sekitarnya, diperoleh beberapa kesimpulan utama:

- 5.1.1. Sikap konsumen (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen memiliki pandangan positif terhadap KPR syariah, sikap tersebut belum cukup kuat untuk mendorong keputusan pembelian.
- 5.1.2. Norma subyektif (X2) memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, meskipun berada di ambang batas signifikansi. Dukungan sosial dari keluarga, teman, dan kebijakan pemerintah berperan dalam membentuk minat beli konsumen.
- 5.1.3. Kontrol perilaku (X3) menunjukkan pengaruh yang paling signifikan dan kuat terhadap minat beli. Persepsi kemudahan, kemampuan finansial, dan akses informasi menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian rumah syariah.
- 5.1.4. Religiusitas (M) memiliki pengaruh langsung terhadap minat beli, namun tidak berperan sebagai moderator yang signifikan dalam hubungan antara X1, X2, dan X3 terhadap Y. Artinya, nilai-nilai religius tidak memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel secara statistik.

5.2. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi pengembangan properti syariah dan pemangku kepentingan khususnya di kota Balikpapan dan sekitarnya,

hal hal yang menjadi perhatian:

- 5.2.1. Fokus pada Variabel (X3) kontrol perilaku, Bagi Developer perumahan syariah, perlu meningkatkan persepsi kemudahan dalam proses pembelian, seperti transparansi informasi, fleksibilitas pembayaran, dan kemudahan administrasi.
- 5.2.2. Perkuat norma sosial (X2) dengan cara kampanye pemasaran yang melibatkan tokoh masyarakat, keluarga, dan komunitas dapat meningkatkan pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian.
- 5.2.3. Religiusitas sebagai nilai tambah untuk mempengaruhi minat beli, walaupun tidak signifikan sebagai moderator, religiusitas tetap penting sebagai nilai diferensiasi dalam strategi branding dan positioning produk perumahan syariah.
- 5.2.4. Perlu di evaluasi indikator variabel sikap (X1). Dengan cara dilakukan peninjauan ulang terhadap indikator sikap agar lebih relevan dengan konteks lokal dan karakteristik konsumen .

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

- 5.3.1. Penggunaan SEM-PLS memiliki keterbatasan dalam generalisasi.
- 5.3.2. Desain cross-sectional yaitu data yang dikumpulkan dalam satu waktu atau dalam satu bulan, hasilnya tidak menangkap perubahan perilaku konsumen dari waktu ke waktu.
- 5.3.3. Keterbatasan geografis. Penelitian hanya dilakukan di wilayah Balikpapan dan sekitarnya, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke wilayah lain.
- 5.3.4. Moderasi religiusitas tidak signifikan, Hal ini bisa disebabkan oleh desain instrumen yang kurang tepat atau karakteristik responden yang homogen dalam hal religiusitas.

5.3.5. Jumlah indikator yang di teliti terbatas, Beberapa variabel mungkin memerlukan pengembangan indikator yang lebih kaya untuk menangkap kompleksitas perilaku konsumen.

5.4. Agenda Penelitian Mendarat

Untuk memperkaya kajian perumahan berbasis syariah tanpa bank di masa depan, beberapa saran penelitian lanjutan , bisa di kembangkan penelitian lebih lanjut antara lain:

- 5.4.1. Pada variabel (x) Religiusitas seharusnya langsung ke variabel (y) minat beli tanpa harus memoderasi variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku.
- 5.4.2. Religiusitas yang di teliti berhubungan dengan Muamalah jual beli tanpa
- 5.4.3. Menggunakan pendekatan pengamatan langsung di tengah masyarakat untuk melihat dinamika minat beli konsumen dari waktu ke waktu.
- 5.4.4. Memperluas wilayah penelitian ke kota-kota lain di Indonesia agar hasil lebih representatif secara nasional.
- 5.4.5. Mencoba Mengembangkan variabel moderasi lain, seperti literasi keuangan syariah, kepercayaan terhadap developer, atau persepsi risiko.
- 5.4.6. Meningkatkan kualitas instrumen penelitian, terutama pada variabel sikap dan religiusitas, agar lebih sesuai dengan konteks lokal.
- 5.4.7. Melibatkan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam, untuk menggali motivasi dan persepsi konsumen secara lebih mendalam dan edukasi tentang bahayanya riba, keuntungan dan keberkahan bila memiliki rumah dengan cara syariah.

Daftar Pustaka

- Gumasing, Ma Janice J., and Renée Hannah A. Niro. 2023. "Antecedents of Real Estate Investment Intention among Filipino Millennials and Gen Z: An Extended Theory of Planned Behavior." *Sustainability (Switzerland)* 15(18). doi:10.3390/su151813714.
- Harnoko, Arif Dwi, and Sri Herianingrum. 2020. "Analisis Teori Perilaku Yang Direncanakan Terhadap Niat Warga Surabaya Untuk Kredit Pemilikan Rumah Syariah Di De Rayyan Developer Property." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 7(8): 1527. doi:10.20473/vol7iss20208pp1527-1537.
- Ibrahim Moawad, Amr Mohamed. 2023. "Factors Influencing Real Estate Purchasing in Dubai." *Westcliff International Journal of Applied Research* 7(1): 30-50. doi:10.47670/wuwijar202371am
- Wu, Chao, Shuling Liang, Weijiong Wu, and Yuxiang Hong. 2021. "Practicing Green Residence Business Model Based on Tpb Perspective." *Sustainability* 13(13). doi:10.3390/su13137379.
- Masukujjaman, M., Wang, C.-K., Alam, S.S., Lin, C.-Y., Ho, Y.-H., & Siddik, A.B. (2023). Green Home Buying Intention of Malaysian Millennials: An Extension of Theory of Planned Behaviour (Switzerland) 13(13). doi:10.3390/su13137379.
- Gustati, D. Rahmiati, C R.E. Sulastri (2023). Literasi Keuangan Syariah sebagai Pemoderasi Religiusitas dalam Mempengaruhi Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah
- Muhammad Ridwan, Siti Aisyah(2024)Factors Influencing Purchase Intention of Sharia-Compliant Real Estate
- Ahmad Fauzi, Nurul Huda (2025)Determinants of Consumer Purchase Intention in Sharia-Compliant Housing: A Structural Equation Modeling Approach
- Schmitt, B., Cotte, J., Giesler, M., Stephen, A., C Wood, S. (2025). Consumer Perceived Value: A Systematic Review and Research Agenda. *Journal of Consumer Research*.
- Paul, J. (2025). Assessing Product Quality: Consumer Perspectives. *International Journal of Consumer Studies*
- Henseler et al. (2015) dalam MIS Quarterly (Q1)
- Sarstedt et al. (2020) dalam Journal of Business Research (Q2).
- Hair et al. (2021) dalam jurnal Journal of Marketing Theory and Practice (