

Studi eksploratori sikap, pengetahuan dan kepuasan konsumen atas kualitas layanan kredit pemilikan rumah (KPR) syariah = Exploratory study of attitude knowledge and consumer satisfaction towards service quality of Islamic house financing

Mas Elok Masyrifah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466221&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kebutuhan akan tempat tinggal merupakan kebutuhan yang dharuriyat sehingga harus segera dipenuhi. KPR atau Kredit Pemilikan Rumah merupakan salah satu kemudahan yang ditawarkan oleh perbankan untuk mempermudah mewujudkan hal tersebut. Market share dari pembiayaan KPR Syariah di Indonesia saat ini sangat rendah dibandingkan dengan KPR Konvensional padahal mayoritas penduduk di Indonesia beragama muslim. Rendahnya market share KPR Syariah di Indonesia dan terbatasnya literatur yang membahas perilaku konsumen terkait KPR Syariah mendorong perlunya eksplorasi terhadap masalah tersebut. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini dilakukan untuk melihat sikap, pengetahuan dan kepuasan konsumen atas kualitas layanan KPR Syariah di Indonesia. Dengan menggunakan penelitian kualitatif eksploratori dan Teknik analisis data deductive content analysis, dan 27 responden yang diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen muslim terhadap KPR Syariah masih kurang serta alasan utama yang menentukan konsumen muslim memilih KPR Syariah adalah cicilan yang tetap. Sikap konsumen terhadap kualitas layanan dan kepuasan konsumen atas layanan KPR Syariah sangat dipengaruhi oleh kinerja dari karyawan dalam melayani konsumen.

ABSTRAK

In Islam, housing is one of human basic needs and thus it is regarded as a dharuriyat type of goods. House financing is made in order to increase the accessibility to provide a house. Indonesian Islamic house financing user is much lower than the conventional one which is unique when Indonesia is dominated by Muslims. It is imperative to study the behavior of Islamic house financing consumer to boost the marketshare. This research is conducted to explore the correlation between consumer attitude, consumer behavior and consumer satisfaction on service quality of Islamic house financing. Using exploratory research and deductive content analysis with 27 respondents, this research concluded that consumer knowledge regarding Islamic house financing is still low and the main reason people use Islamic house financing is because of its fixed payment and safety. Consumer satisfaction of service quality of Islamic house financing is affected by the bank employees when conducting services to consumers.