



PENGARUH FAKTOR NON EKONOMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PERSPEKTIF *MAQASID SYARIAH* DI HALMAHERA BARAT

Rachmat Hidajat¹, Riski Kifli²

Institut Agama Islam Negeri Ternate, Jl. Lumba-Lumba

Korespondensi Penulis. E-mail: hidajatrachmat25@gmail.com

Abstract

This study talks about the impact of non-economic elements on housing purchase decisions from the perspective of maqasid sharia in West Halmahera Regency, North Maluku. The purpose of this study is to test and analyze the influence of non-economic factors (such as family size, location and facilities) on housing purchase decisions through maqasid sharia as a mediating variable. The locations in this study are in four different housing complexes in West Halmahera Regency, namely Abdi Negara Residence Jailolo housing, Jailolo Residence housing, Nuansa Indah Residence housing, and Griya Alam Acango. The research method used is a quantitative method. The data collection method uses a questionnaire and analysis uses SEM. The form of data processing in this research uses SmartPLS software version 3. The sample size of this study was 60 respondents with a sampling error rate of 10%. Based on the results of the study, it was obtained that the first hypothesis was accepted, where the number of family members significantly influenced the decision to purchase housing. The second hypothesis was accepted, where the location factor significantly influenced the decision to purchase housing. The third hypothesis was accepted, where the facility factor significantly influenced the decision to purchase housing. The fourth hypothesis was accepted, where maqasid sharia mediated the influence of the number of members on the decision to purchase housing. The fifth hypothesis was accepted, where maqasid sharia mediated the influence of location on the decision to purchase housing. The sixth hypothesis was accepted, where maqasid sharia mediated the influence of facilities on the decision to purchase housing.

Keywords: Purchase decision, Housing, Maqasid Syariah

Abstrak

Tujuan dari research ini untuk mengetahui pengaruh faktor non-ekonomi (jumlah anggota keluarga, lokasi dan fasilitas) atas keputusan pembelian perumahan melalui maqasid syariah sebagai variabel mediasi. Maqasid syariah bertujuan melihat aspek perlindungan keluarga, perlindungan akal, perlindungan agama, dan perlindungan hak-hak manusia. Lokasi dalam penelitian ini berada di empat perumahan yang berbeda di Kabupaten Halmahera Barat, yakni perumahan Abdi Negara Residence Jailolo, perumahan Jailolo Residence, perumahan Nuansa Indah Residence, dan Griya Alam



Acango. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis menggunakan SEM. Bentuk pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Software smartPLS versi 3. Adapun besarnya sampel penelitian ini sebanyak 60 responden berdasarkan rumus slovin dengan tingkat sampling eror sebesar 10%. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa hipotesis pertama diterima, dimana jumlah anggota keluarga berpengaruh secara signifikan atas keputusan pembelian perumahan. Hipotesis kedua diterima, dimana faktor lokasi memiliki pengaruh secara signifikan atas keputusan pembelian perumahan. Hipotesis ketiga diterima, dimana faktor fasilitas berpengaruh secara signifikan atas keputusan pembelian perumahan. Hipotesis keempat diterima, dimana maqasid syariah memediasi pengaruh jumlah anggota atas keputusan pembelian perumahan. Hipotesis kelima diterima, dimana maqasid syariah memediasi pengaruh lokasi atas keputusan pembelian perumahan. Hipotesis keenam diterima, dimana maqasid syariah memediasi pengaruh fasilitas atas keputusan pembelian perumahan.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, Perumahan, Maqasid Syariah

1. Pendahuluan

Manusia memiliki berbagai jenis kebutuhan sepanjang hidupnya, mulai dari kebutuhan dasar hingga kebutuhan yang lebih tinggi (Huda, 2020). Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah tempat tinggal (rumah). Pembangunan atau penyediaan rumah untuk setiap manusia bahkan untuk keluarga merupakan bagian dari upaya mencapai *maqasid syariah*. *Maqasid syariah* terhadap perlindungan keluarga (*hifz al-usrah*), perlindungan kehormatan manusia (*hifz al-karamah al-insaniyah*) atau perlindungan hak-hak manusia (*hifz huquq al insan*), perlindungan harta kekayaan (*hifz al-mal*) menjadi perwujudan solidaritas sosial atau menekan jurang antar kelas (Auda, 2006).

Dalam pemilihan properti perumahan (rumah), manusia tidak hanya cukup memperhatikan dari sisi fisik bangunan saja, akan tetapi harus melihat layanan fasilitas dan aksesibilitas yang memadai, contohnya sistem keamanan lingkungan, tersedianya jaringan listrik, saluran air bersih, pencahayaan / penerangan lampu jalan, tempat pembuangan sampah dan lain-lainnya (Wati & Muthmainah, 2021). Akhirnya aspek-aspek tersebutlah yang mempengaruhi permintaan masyarakat dalam menetapkan kepemilikan rumah yang harus ditempuh oleh pihak *developer*.



Aspek yang berpengaruh terhadap pembelian perumahan dapat dilihat dari faktor ekonomi, Variasi faktor ekonomi yang menghasilkan permintaan perumahan seperti honorarium, suku bunga, kebijakan kredit, tingkat sewa dan harga rumah. Selain dimensi ekonomi, permintaan perumahan juga dipengaruhi oleh faktor non-ekonomi. Faktor non-ekonomi dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Haslinda, 2019):

- (1) Faktor sosial adalah kepadatan populasi, jumlah keluarga, pendidikan, tingkat kriminal dan distribusi umur.
- (2) Faktor kelengkapan dan fasilitas adalah fasilitas umum, fasilitas sosial dan lokasi
- (3) Faktor lingkungan adalah bentuk wilayah, model lahan, struktur tanah, dan sarana prasarana seperti parkir, sentral perbelanjaan, sekolah, rumah ibadah, *demand for labour*, transportasi, dan kemudahan izin pembentukan usaha.

Perilaku konsumen perumahan di provinsi Maluku Utara sangat begitu beragam sehingga developer perumahan menciptakan segmentasi pasar melalui pengadaan bermacam-macam model rumah dengan harapan para pembeli dapat memilih produk yang sesuai bagi mereka. Tingkah laku pembeli perumahan tidak lepas dari apa yang mereka inginkan dari permukiman yang dibelinya dan apa yang akan dilakukannya untuk memiliki permukiman tersebut. Keputusan atas pembelian perumahan mempunyai berbagai faktor dan sudut pandang yang beragam oleh seluruh konsumen dalam memilih rumah, baik dari sisi-sisi tipe rumah, menengah, dan yang besar.

Kabupaten Halmahera Barat merupakan sebuah kabupaten yang terletak dibagian timur Indonesia provinsi Maluku Utara. Ibu Kota Kabupaten ini terletak di Jailolo. Daerah ini merupakan kepulauan yang terdiri atas pulau vulkanik dan pulau non vulkanik. Sehingga memiliki resiko bencana tinggi seperti gempa bumi, gunung berapi, abrasi laut, gelombang pasang, banjir bandang, banjir lahar dingin,



tanah longsor, putting beliun, kebakaran hutan, tsunami, dan banjir rob (Saturi, 2021). Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2020 Kabupaten Halmahera Barat memiliki jumlah penduduk sebanyak 132.349 jiwa.

Peningkatan terhadap besaran populasi penduduk tiap tahunnya membangkitkan pembangunan permukiman di Kabupaten Halmahera Barat semakin bertambah. Berdasarkan data sistem informasi kumpulan pengembang (sikumbang) bahwa sejumlah developer tersebut tengah membangun dan menjual rumah murah di provinsi Maluku Utara. Hal tersebut dapat disaksikan pada table 1. dibawah ini :

No	Nama Perumahan	Developer	Unit
1	Abdi Negara Residence Jailolo	PT. Bersatu Bangun Negeri	54
2	Jailolo Residence	PT. Kontruksi Global Indonesia	34
3	Nuansa Indah Residence	PT. Anuitas	52
4	Griya Alam Acango	PT. Putra Harapan Utama	7

Sumber: Sikumbang 2022 (diolah)

Berdasarkan data di atas, minat konsumen terhadap perumahan Abdi Negara Residence berada di urutan teratas dengan 54 unit telah terjual. Kemudian disusul oleh perumahan Nuansa Indah Residence sebanyak 52 unit, lalu disusul oleh perumahan jailolo Residence dan Griya Alam Acango. Keputusan pembelian merupakan sikap yang nyata dan bukan hanya sekedar niat, melainkan terdiri dari beberapa tindakan. Tidak hanya melihat faktor harga sebagai *economic factors* , tetapi juga *non-economic factors* yang mempengaruhinya, seperti aspek jumlah anggota keluarga, lokasi dan fasilitas.

Pemenuhan akan rumah (tempat tinggal) untuk setiap manusia bahkan untuk keluarga berdasarkan faktor-faktor tersebut diatas merupakan bagian dari upaya mencapai *maqasid syariah*. Sehingga dalam penelitian bertujuan untuk mengukur dan menjabarkan pengaruh faktor non-ekonomi (jumlah anggota keluarga, lokasi



dan fasilitas) terhadap keputusan pembelian perumahan melalui maqasid syariah sebagai variabel mediasi.

2. Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan menginterpretasikan variabel independen dan variabel dependen. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis menggunakan SEM. Adapun analisis data dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*) mulai dari sangat tidak setuju dengan skor 1 sampai 5 sangat setuju. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli rumah di empat lokasi perumahan di kabupaten Halmahera Barat dengan total 147 orang. Penentuan sampel yang digunakan yakni *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel.

Bentuk pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Software smartPLS* versi 3. Adapun lokasi dalam pembahasan ini berada di empat perumahan yang berbeda di Kabupaten Halmahera Barat, yaitu perumahan Abdi Negara Residence Jailolo, perumahan Jailolo Residence, perumahan Nuansa Indah Residence, dan Griya Alam Acango. Adapun besarnya sampel penelitian ini adalah 60 responden dengan tingkat pengambilan sampel *error* sebesar 10%. Pengambilan sampel tersebut dihitung berdasarkan rumus slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentasi Kelonggaran ketelitian (0,1 atau 10%)



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2024

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.uiad.ac.id/index.php/asy-syarikah>

Berdasarkan rumus diatas, besarnya jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{147}{1 + 147 (0,1)^2} = 59,51 (60) \text{ Responden}$$

Adapun operasional variabel penelitian ini dapat dijabarkan pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator
Jumlah Anggota Keluarga (X1)	Jumlah anggota keluarga adalah ukuran jumlah keluarga dimana menjadi ukuran dalam menempati rumah	<ul style="list-style-type: none"> - Kesesuaian rumah dengan jumlah anggota keluarga - Kapasitas rumah cocok untuk pertemuan keluarga - Desain rumah sesuai kebutuhan jumlah anggota keluarga
Lokasi (X2)	Lokasi adalah tempat dimana perusahaan meletakkan hasil produk mereka	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi Strategis ke tempat kerja - Keterjangkauan lokasi menuju sarana pendidikan, tempat ibadah dan pusat ekonomi - Bebas bencana banjir, longsor dan lainnya
Fasilitas (X3)	Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ataupun barang ditawarkan kepada konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan jalan interval menuju rumah - Ketersediaan sarana & fasilitas ibadah - Ketersediaan tempat pembuangan sampah - Ketersediaan air bersih untuk



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 6, No. 2, 2024

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.uiad.ac.id/index.php/asy-syarikah>

		kebutuhan rumah tangga
Maqasid Syariah (Z)	Maqasid syariah adalah bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia & akhirat	<ul style="list-style-type: none"> - Pembangunan perumahan sesuai dengan jumlah anggota keluarga (Perlindungan Keluarga) -Lokasi perumahan dekat dengan sarana pendidikan & pusat ekonomi (Perlindungan akal) - Perumahan memiliki akses jalan memadai (Perlindungan hak-hak manusia -Perumahan mempunyai sarana & fasilitas tempat ibadah (Perlindungan Agama)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap yang dilewati konsumen dalam membeli barang & jasa	<ul style="list-style-type: none"> -Pembelian perumahan sesuai jumlah anggota keluarga -Pembelian perumahan karena lokasi yang strategis -Pembelian perumahan karena tersedia fasilitas memadai

Sumber: Data diolah 2022

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Validitas Konvergen

Suatu indikator dikatakan valid apabila *loading factor* suatu indikator bernilai positif dan lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE lebih dari 0,5. Berikut dapat dilihat nilai *loading factor* pada Tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
Jumlah Anggota Keluarga	X1.1	0.948	0.881	Valid
	X1.2	0.921		Valid
	X1.3	0.946		Valid
Lokasi	X2.1	0.907	0.858	Valid
	X2.2	0.951		Valid
	X2.3	0.947		Valid
	X2.4	0.899		Valid
Fasilitas	X3.1	0.871	0.783	Valid
	X3.2	0.900		Valid
	X3.3	0.916		Valid
	X3.4	0.851		Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0.860	0.686	Valid
	Y.2	0.809		Valid
	Y.3	0.815		Valid
Maqasid Syariah	Z.1	0.867	0.788	Valid
	Z.2	0.829		Valid
	Z.3	0.948		Valid
	Z.4	0.901		Valid

Sumber: Hasil Output SmartPLS V.3

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *loading factor* yang dihasilkan masing-masing indikator lebih dari 0,7 dan nilai AVE lebih dari 0,5. Dengan demikian indikator-indikator tersebut dinyatakan valid sebagai pengukur variabel latennya.

3.2 Reliabilitas

Realibilitas pada PLS menggunakan nilai *Cronbach alpha* dan *Composite reliability*. Dinyatakan reliabel jika nilai *Composite reliability* diatas 0,7 dan nilai *cronbach's alpha* disarankan diatas 0,7. Berikut nilai *Cronbach alpha* dan *Composite reliability* pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4. Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit
Fasilitas	0.909	0.935
Jumlah Anggota Keluarga	0.933	0.957
Keputusan Pembelian	0.778	0.867
Lokasi	0.945	0.960
Maqasid Syariah	0.909	0.937

Sumber: Hasil Output SmartPLS V.3

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian $> 0,7$ dan *Cronbach Alpha* $> 0,7$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing- masing variabel telah memenuhi *composite realibility dan cronbach alpha* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

3.3. Model Structural

Evaluasi model structural PLS diawali dengan melihat *R-square* setiap variable laten dependen. Berikut hasil perkiraan *R-square* dengan menggunakan PLS pada tabel 5 dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji R Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Keputusan Pembelian	0.624	0.597
Maqasid Syariah	0.600	0.579

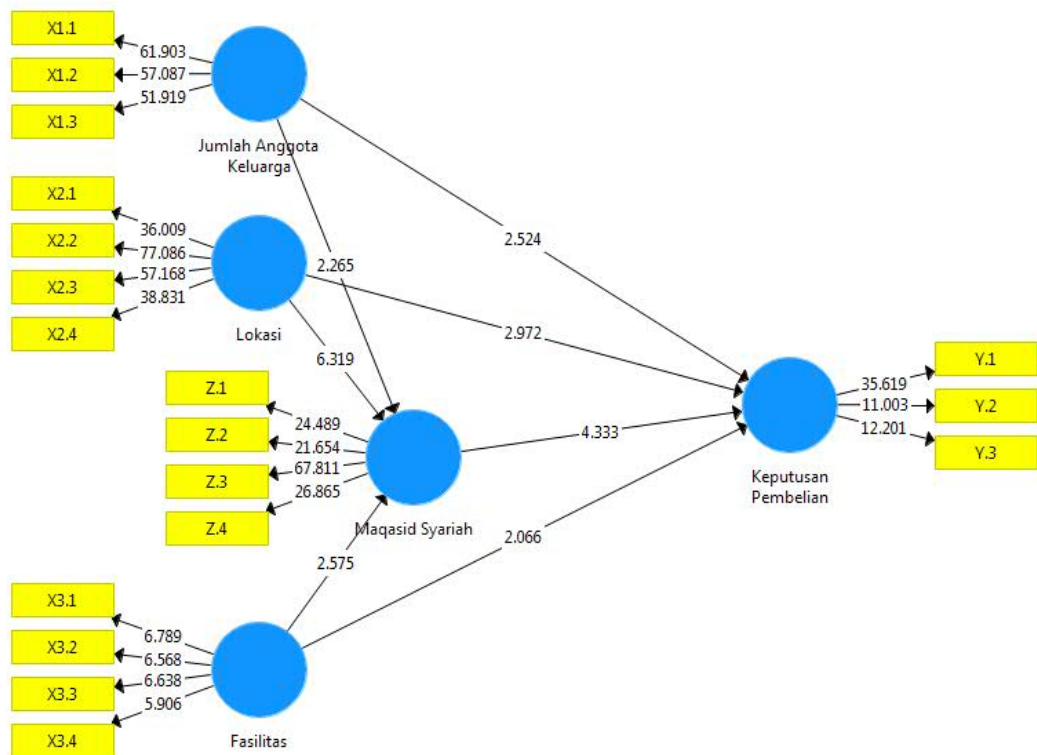
Sumber: Hasil Output SmartPLS V.3

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai adjusted *R-Square* dari variabel keputusan pembelian sebesar 0,597, nilai tersebut artinya bahwa

variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan dengan variabel bebas sebesar 59,7% dan sisanya 40,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Sedangkan nilai adjusted R-Square dari variabel Maqasid Syariah sebesar 0,579, nilai tersebut artinya bahwa variabel Maqasid Syariah dapat dijelaskan dengan variabel bebas sebesar 57,9% dan sisanya 42,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

3.4. Hasil Pembahasan





3.4 Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil pengujian hipotesis pertama yaitu pengaruh jumlah anggota keluarga atas keputusan pembelian membuktikan nilai koefisien sebesar 0,436 nilai *p-values* sebesar $0,012 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $2.524 > 1,960$. Hasil tersebut membuktikan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh atas keputusan pembelian. sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh secara signifikan atas keputusan pembelian diterima.

Anggota keluarga adalah faktor yang dapat berpengaruh terhadap setiap keputusan yang akan diambil oleh keluarga tersebut. Perilaku konsumen dalam permintaan tempat tinggal didasarkan pada jumlah keluarga, dimana jumlah keluarga menjadi penilaian dalam mengambil keputusan membeli rumah yang sesuai dengan jumlah keluarga yang ada untuk mendiami rumah itu sendiri (Jumriyanor & Rusdianysah, 2020). Pembelian rumah sendiri merupakan salah satu konsumsi keluarga yang tentu membutuhkan banyak pertimbangan. Dalam pengambilan keputusan pembelian rumah, faktor banyaknya anggota keluarga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan. Sebuah keluarga yang mempunyai anggota banyak tentu akan banyak pula saran dan pendapat yang akan diberikan, karena masing-masing anggota keluarga memiliki keinginan dan kepentingan masing-masing.

Dari penelitian didapatkan hasil jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan. Keeratan hubungan antar anggota keluarga sangat penting karena menjamin ketentraman dalam rumah tangga, oleh karena itu dalam suatu kelompok atau keluarga sangat berguna menciptakan sebuah kualitas hubungan yang erat antar anggota keluarga (Aulawi & Shalahuddin, 2019). Pengambilan keputusan dalam



pembelian rumah memerlukan diskusi dan pertimbangan serta masukan pendapat dari masing-masing anggota keluarga, agar rumah yang dipilih merupakan titik tengah dalam pemenuhan selera dan kebutuhan setiap kelompok famili. Semakin banyak family maka banyak pula pertimbangan yang seharusnya diperhatikan sehingga akan semakin berpengaruh pada determinasi pembelian perumahan.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Jumriyanor & Rusdianysah, (2020) yang dalam kesimpulannya menerangkan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh secara signifikan atas permintaan pemilikan rumah. Semakin bertambahnya jumlah anggota keluarga maka kebutuhan atas hunian rumah maka ikut meningkat.

3.5 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil pengujian hipotesis kedua yaitu pengaruh lokasi atas keputusan pembelian membuktikan nilai koefisien sebesar 0,622 nilai *p-values* sebesar $0,003 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $2,972 > 1,960$. Hasil tersebut membuktikan bahwa lokasi berpengaruh atas keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan atas keputusan pembelian diterima.

Kebutuhan akan papan hunian merupakan kebutuhan primer bagi setiap manusia/keluarga. Akan tetapi, pembelian rumah bukanlah keputusan yang mudah dan gampang untuk dibuat. Saat hendak membeli perumahan, banyak faktor yang harus menjadi pertimbangan, salah satunya adalah lokasi perumahan yang akan dibeli apakah memiliki akses jalan yang mudah dan letaknya strategis. Disisi lain, lokasi permukiman terkhusus tempat tinggal harus memperhatikan sisi kenyamanan lingkungan permukiman bagi owner rumah tersebut (Mardani et al., 2020).

Dari penelitian didapatkan hasil bahwasanya lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan. Keputusan pembelian yang



diambil akan berdasarkan beberapa pertimbangan dimana salah satunya adalah mempertimbangkan lokasi perumahan yang akan dipilih. Lokasi berperan penting dalam penentuan keputusan pembelian perumahan. Disaat lokasi rumah mempunyai posisi yang strategis dengan keadaan drainase yang baik bagus, mempunyai jalan mudah dilalui, mempunyai keadaan lalu lintas lancar, dekat dengan sentral aktivitas ekonomi, terdapat fasilitas pendidikan dan kesehatan akan berpengaruh pada keputusan pembelian permukiman (Mardani et al., 2020). Dengan demikian terbukti bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atas keputusan pembelian perumahan, semakin bagus lokasi perumahan akan semakin menguatkan keputusan pembelian oleh konsumen.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Mardani et al., (2020) yang dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan atas keputusan pembelian rumah. Keberadaan lokasi rumah yang sangat strategis maka itu semakin baik dan memiliki nilai tinggi serta manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen sehingga permintaan rumah ikut tinggi.

3.6 Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil pengujian hipotesis ketiga yaitu pengaruh fasilitas atas keputusan pembelian menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,190 nilai *p-values* sebesar $0,039 < 0,05$ dan *t-statistik* sebesar $2.066 > 1,960$. Hasil ini membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh atas keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan atas keputusan pembelian diterima.

Mempunyai tempat tinggal sendiri merupakan harapan bagi seluruh orang bahkan merupakan kebutuhan primer bagi orang yang telah berkeluarga. Rumah merupakan kebutuhan primer selain makanan dan pakaian. Tiap insan tentunya menginginkan rumah sebagai tempat berteduh



sekaligus tempat berkumpul dan beraktivitasnya keluarga (Sugianto & Ginting, 2020). Setiap insan tentu mendambakan permukiman yang layak dan mempunyai fasilitas yang dapat menunjang kehidupan yang akan mereka jalani.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa fasilitas mempengaruhi pilihan pembelian perumahan. Para pengembang permukiman yang mencermati kelengkapan dan keutuhan fasilitas yang diinginkan oleh setiap pengguna akan dapat menarik pengguna untuk melakukan pembelian (Sugianto & Ginting, 2020). Beragam sarana prasarana yang disediakan oleh pengembang akan menunjang pembeli serta memberikan kemudahan pada pembeli dalam melakukan aktivitasnya. Fasilitas yang ditawarkan tentu akan menjadi perhatian dan pertimbangan utama bagi konsumen. Terkadang bahkan meskipun fasilitas yang diberikan belum terlalu lengkap, konsumen tetap bersedia memutuskan untuk membeli karena merasa fasilitas yang telah ada dapat membantu mereka dalam melaksanakan kegiatannya. Sehingga terbukti bahwa fasilitas berpengaruh signifikan atas keputusan pembelian perumahan.

Hasil tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Sugianto & Ginting, (2020) yang dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan atas keputusan pembelian perumahan oleh konsumen. Keberadaan fasilitas umum dan fasilitas sosial tentunya akan semakin menarik minat konsumen dalam memilih hunian rumah sehingga akan meningkatkan permintaan perumahan.

3.7 Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Dalam Perspektif Maqasid Syariah

Pengujian hipotesis keempat yang menggunakan maqasid syariah Sebagai variabel mediasi memberikan hasil dengan nilai koefisien sebesar 0,228 nilai *p-values* sebesar $0,043 < 0,05$ dan t-statistik sebesar



2.028 > 1,960. Hasil tersebut membuktikan bahwa jumlah anggota keluarga mempengaruhi pilihan pembelian melalui maqasid syariah sebagai variabel mediasi. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa maqasid syariah memediasi pengaruh jumlah anggota keluarga atas keputusan pembelian diterima.

Pengujian hipotesis kelima yang menggunakan pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian melalui maqasid syariah sebagai variabel mediasi memberikan hasil dengan nilai koefisien sebesar 0,569 nilai *p-values* sebesar $0,000 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $3.991 > 1,960$. Hasil tersebut membuktikan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan pembelian melalui maqasid syariah sebagai variabel mediasi. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa maqasid syariah memediasi pengaruh lokasi atas keputusan pembelian diterima.

Pengujian hipotesis yang keenam yang menggunakan pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian melalui maqasid syariah sebagai variabel mediasi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,089 nilai *p-values* sebesar $0,000 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $2.131 > 1,960$. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa fasilitas mempengaruhi keputusan pembelian melalui maqasid syariah sebagai variabel mediasi. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa maqasid syariah memediasi pengaruh fasilitas atas keputusan pembelian diterima.

Semakin meningkatnya populasi penduduk dewasa ini, maka akan semakin meningkatkan pula kebutuhan akan tempat berlindung atau perumahan, karena rumah merupakan salah satu dari tiga kebutuhan primer manusia selain sandang dan pangan. Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim tentu menginginkan untuk memiliki hunian dengan lingkungan, lokasi dan fasilitas yang dapat menunjang kebutuhan setiap anggota keluarga dalam menjalankan aktivitas dan ibadahnya. Dalam memilih



perumahan seorang muslim dapat menggunakan konsep maqasid syariah, yaitu suatu teori rumusan hukum dengan tujuan untuk menetapkan hukum syariah sebagai acuan, dalam hal ini *maslahah* (kebaikan) sebagai tujuan utama (Suardi & Amelia, 2020).

Dari pengujian simultan ditemukan hasil bahwa dimensi anggota keluarga, lokasi dan fasilitas berpengaruh atas keputusan pembelian perumahan dalam perspektif maqasid syariah. Tujuan utama dari konsep maqasid syariah adalah *maslahah* (kebaikan) sehingga keputusan untuk memilih perumahan tidak terlepas dari pemikiran untuk kebaikan seluruh anggota keluarga, dengan jalan mempertimbangkan kebutuhan serta kenyamanan setiap anggota keluarga berapapun jumlahnya. Sehingga pembangunan perumahan dengan mempertimbangkan jumlah anggota keluarga merupakan pemenuhan maqasid syariah dalam aspek perlindungan terhadap keluarga. Menjaga an-nasl atau keturunan dengan memenuhi kebutuhan anggota keluarga (Adhi Purba & Acmad Kholik, 2023).

Jumlah anggota keluarga akan selalu menjadi perhatian karena dibutuhkan kehati-hatian agar semua keinginan dapat terakomodir. Begitupun dengan pemilihan lokasi yang baik dan strategis serta ketersediaan fasilitas pendukung yang mumpuni seperti fasilitas pendidikan & pusat ekonomi sehingga perumahan yang dipilih akan merupakan pilihan yang terbaik serta membawa kebaikan bagi anggota keluarga yang menghuninya. Lokasi yang baik berarti mudah dijangkau, dan mempunyai lingkungan yang mendukung tumbuhnya semangat islami, terhindar dari suatu hal negatif contohnya narkoba dan pergaulan yang kurang baik. Hal demikian merupakan pemenuhan maqasid syariah dalam aspek perlindungan akal. Menurut Adhi Purba & Acmad Kholik, (2023) manusia dikarunai akal yang dapat diraih dengan belajar. Tanpa adanya ilmu manusia tidak akan bisa melakukan berbagai hal.



Fasilitas yang menunjang bagi kaum muslim dapat dicirikan dengan adanya tempat ibadah, pendidikan agama bagi anak-anak serta fasilitas lain seperti tempat bermain dan bersosialisasi bagi anak-anak dan orang tua. Hal tersebut bertujuan dalam pemenuhan maqasid syariah dalam aspek perlindungan terhadap agama. Hasil ini sejalan dengan (Suardi & Amelia, 2020) yang menyimpulkan bahwa dengan mengacu pada konsep maqasid syariah maka lokasi, fasilitas produk, dan harga secara bersama-sama akan berpengaruh pada keputusan pembelian perumahan.

Pembangunan perumahan yang dilakukan oleh para pengembang properti harus mempertimbangkan dari sisi pemenuhan maqasid syariah. Begitupun dengan konsumen yang ingin membeli perumahan harus mempertimbangkan tersedianya sarana pendidikan & pusat ekonomi disekitar perumahan sebagai upaya perlindungan terhadap akal. Tersedianya sarana & fasilitas tempat ibadah sebagai perlindungan terhadap agama. Begitupun dengan akses jalan yang baik dan memadai dilokasi perumahan sebagai upaya perlindungan hak-hak manusia dan luasnya rumah & jumlah kamar sesuai dengan jumlah anggota keluarga sebagai upaya perlindungan terhadap keluarga.

4. Simpulan

Adapun kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

1. Jumlah anggota keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan, yang berarti bahwa jika jumlah anggota keluarga bertambah maka akan meningkatkan secara signifikan keputusan konsumen dalam membeli hunian rumah.
2. Faktor lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian perumahan, yang berarti jika lokasi perumahan letaknya sangat strategis maka akan meningkatkan secara signifikan keputusan konsumen dalam membeli hunian rumah.



3. Faktor fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan, yang berarti bahwa jika fasilitas perumahan memadai maka akan meningkatkan secara signifikan keputusan konsumen dalam membeli hunian rumah.
4. Maqasid syariah memediasi pengaruh jumlah anggota keluarga atas keputusan pembelian perumahan secara positif signifikan, yang berarti bahwa aspek maqasid syariah (perlindungan terhadap keluarga) sebagai variabel mediasi memberikan pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap keputusan pembelian
5. Maqasid syariah memediasi pengaruh lokasi atas keputusan pembelian perumahan secara positif signifikan, yang berarti bahwa aspek maqasid syariah (perlindungan akal dan hak-hak manusia) sebagai variabel mediasi memberikan pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian
6. Maqasid syariah memediasi pengaruh fasilitas atas keputusan pembelian perumahan secara signifikan, yang berarti bahwa aspek maqasid syariah (perlindungan agama) sebagai variabel mediasi memberikan pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian

Adapun saran pada penelitian ini yaitu:

1. Peneliti selanjutnya lebih menggunakan indikator variabel maqasid syariah secara lengkap berdasarkan teori Jasser Auda dan Asy-Syathibi.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan memperhatikan populasi & sampel yang diteliti agar hasil penelitian menjadi lebih baik serta menggunakan software terbaru yang lebih relevan dengan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan.



Daftar Pustaka

- Adhi Purba, I., & Acmad Kholik, J. (2023). *Penggunaan Mobile Banking Dalam Pandangan Maqashid Syariah Serta Problematika Atas Kejahatan Cyber*. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 178–188. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v5i2.2035>
- Auda, J. (2006). *Fiqh Maqasid; Inatah al-Ahkam al-Syar'iyah bi Maqasidiha* (London). al-Ma'had al-Alami li al-Fikr al-Islami.
- Aulawi, H., & Shalahuddin. (2019). Pengaruh Anak Dalam Proses Pengambilan. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 3(6), 17–25.
- Al-Ghazali. (1993). *Al Mustafa*. Dar al-Kutub al-Ilmiyah.
- Amstrong, K. (2008). *Prinsip-Perinsip Pemasaran 2*. Erlangga.
- Bentarti, S., & dkk. (2021). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah di Kabupaten Bekasi". *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6.
- Bakri, A. J. (1996). *Konsep Maqasid Syariah Menurut Al Syatibi*". PT. Raja Grafindo Persada.
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah". *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2).
- Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Haslinda, H. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi dan Non-Ekonomi Terhadap Peningkatan Permintaan Perumahan di Kota Watampone. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 149–172. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i2.1142>
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Jumriyanor, J., & Rusdianysah, R. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas, Pengeluaran Konsumen, Dan Anggota Jumlah Keluarga Terhadap Permintaan Rumah Kpr Bersubsidi Kecamatan Alalak Kabupaten Batola. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 3(1), 243. <https://doi.org/10.20527/jiep.v3i1.2221>
- Kamanto, S. (2004). *Pengantar Sosiologi, Edisi Ketiga* (Ketiga). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Kuncoro, M. (2001). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. UPP AMP YKPN.
- Lubis, R. M. O., & Pathuansyah, Y. (2021). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Pada PT. Nato Jaya Grup Padangsidempuan. 6(2).
- Lane, K., & Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.



- Mardani, A. D., Yani, A., & Napisah, S. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Stiepertiba*, 6, 96–104. <https://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/94>
- Mawardi, A. I. (2010). *Fiqh Minoritas: Fiqh Aqalliyat dan Evolusi Maqasid al Shariah dari Konsep ke Pendekatan*. LKiS.
- Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Pemukiman.
- Rinaldi, A., & Atifah, K. (2021). Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Kpr Pada Pt. Dzakiyah Mabrukah Gemilang. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE*, 2(1), 82–105. <https://doi.org/10.24014/ibf.v2i1.13894>
- Ramadhani, M. M. (2021). Peran Humas Pemerintah Kota Banjarbaru Dalam Sosialisasi Penyediaan Perumahan Bersubsidi Di Kota Banjarbaru. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2). <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/6449>
- Saturi, S. (2021). *Maluku Utara Daerah Rawan Bencana, Investasi Ekstraktif Makin Tingkatkan Risiko*. Mongabay. <https://www.mongabay.co.id/2021/03/18/maluku-utara-daerah-rawan-bencana-investasi-ekstraktif-makin-tingkatkan-risiko/>
- Sugianto, R., & Ginting, S. O. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Medan Resort City. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.55601/jwem.v10i1.666>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press.
- Wati, S. R., & Muthmainah, H. (2021). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Perumahan Subsidi Di Sukoharjo. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(3), 144–155. https://doi.org/10.26460/ed_en.v4i3.2364
- Walalayo, N., Yap, R. A., & Orisu, L. M. (2020). Pengaruh Lokasi, Pendapatan Konsumen, Harga Rumah Dan Selera Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Di Kabupaten Manokwari. *JFRES: Journal of Fiscal and Regional Economy Studies*, 3(2), 52–58. <https://doi.org/10.36883/jfres.v3i2.48>