

## ABSTRAK

Rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi. Dikatakan sebagai kebutuhan dasar karena merupakan unsur yang harus dipenuhi guna menjamin kelangsungan hidup manusia. Dimana kebutuhan dasar ini akan menentukan taraf kesejahteraan sekaligus kualitas hidup manusia itu sendiri karena itu suatu hunian pada hakekatnya dapat berpengaruh terhadap kualitas kehidupan orang-orang yang tinggal didalamnya.

Namun harga rumah yang terus melambung tinggi setiap tahunnya menyebabkan jarang orang mampu membeli rumah secara tunai. Naiknya harga rumah dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satu faktornya adalah mekanisme pasar. Namun disisi lain, Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia dimana memiliki mayoritas penduduk beragama Islam, meyakini bahwa kredit dengan bunga tergolong riba. Oleh karena itu segala sesuatu yang memiliki unsur tambahan (bunga) tergolong riba, termasuk KPR. Pada dasarnya masyarakat muslim Indonesia menyadari bahwa KPR itu tergolong riba dan tidak diperbolehkan oleh agama. Perkembangan isu riba di Indonesia berdampak terhadap kepemilikan KPR di perbankan (Cermati.com). Hal ini yang terjadi juga di bank BTN, selaku bank pelopor KPR di Indonesia secara spesifik, penurunan jumlah signifikan pada nasabah BTN terjadi di BTN cabang kota Bandung, terutama pada kurun waktu tahun 2017 ke 2018.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Religiosity, Familiarity*, dan *Intention* dari nasabah Bank BTN kota Bandung. Serta untuk mengetahui *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Religiosity*, dan *Familiarity* terhadap *Intention* dari nasabah Bank BTN kota Bandung secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey, populasi yang digunakan yaitu nasabah dan calon nasabah pada bank BTN Kota Bandung. Sampel penelitian ini adalah 100 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa *attitude, subjective norms*, dan *religiosity* berpengaruh terhadap *intention*. Sementara *perceived behavioural control* dan *familiarity* tidak berpengaruh terhadap *intention*.

Kata kunci : *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Religiosity, Familiarity*, dan *Intention*