

### **Abstrak**

*Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, menguji hipotesis, dan menganalisis nilai signifikan pengaruh pengetahuan, pendapatan, persepsi, religiusitas, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada pembiayaan murabahah. Jenis penelitian yaitu kuantitatif dan jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel yaitu random sampling. Jumlah sampel yang digunakan 100 responden. Uji instrumen dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Dari hasil uji hipotesis variabel pendapatan dan persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan ketiga variabel yaitu pengetahuan, religiusitas, dan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ch. Asta Nugraha, Joko Riyanto, Imam Gozali pada tahun 2017 persepsi berpengaruh positif signifikan dan oleh Kurniati pada tahun 2012 pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.*

**Kata kunci:** *Pengetahuan, Pendapatan, Persepsi, Religiusitas, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian*

### **Abstract**

*This research aims to find out, test hypotheses, and analyze the significant value of the influence of knowledge, income, perception, religiosity, and lifestyle on purchasing decisions on murabahah financing. The type of research is quantitative and the type of data used in this study was the primary and secondary data. The sampling technique used is random sampling. The number of samples used was 100 respondents in total of. The instrument of the test used in this study is multiple linear regression, classic assumption test, and hypothesis test. From the results of hypothesis testing, income and perception variables have a significant positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, the three variables namely knowledge, religiosity, and lifestyle have no significant effect on purchasing decisions. This result is strengthened by research conducted by Ch. Asta Nugraha, Joko Riyanto, Imam Gozali in 2017 that the perception had a significant positive effect; and by Kurniati in 2012 that income had an effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Knowledge, Income, Perception, Religiosity, Lifestyle, Purchasing Decisions*