

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar” ini ditulis oleh Nur Alifa Fadhila, NIM. 126401213127, dengan pembimbing Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Kata Kunci: Religiusitas, Pengetahuan Produk, Pendapatan, Tabungan Haji, Bank Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi persaingan industri perbankan yang sangat kuat seperti sekarang menuntut bank syariah untuk memahami kebutuhan nasabah, namun masih banyak masyarakat yang belum mengenal adanya bank syariah beserta produknya. Produk tabungan haji belum sepenuhnya dapat mengubah preferensi masyarakat yang mayoritasnya beragama islam karena kurangnya pemahaman dan kurangnya kecukupan finansial masyarakat itu sendiri. Maka diperlukan analisis mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan (1) pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar; (2) pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar; (3) pengaruh pendapatan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar; (4) pengaruh secara simultan religiusitas, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dalam pengumpulan datanya dengan menyebarkan angket, populasi dalam penelitian ini nasabah tabungan haji Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar. Data diolah dan dianalisis menggunakan SPSS Versi 21.0 dengan uji analisis data, yaitu uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji auto korelasi, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar. Kemudian secara bersama-sama variabel religiusitas, pengetahuan produk, dan pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap keputusan memilih tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Religiosity, Product Knowledge, and Income on the Decision to Choose Hajj Savings at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office" was written by Nur Alifa Fadhila, NIM. 126401213127, supervised by Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Keywords: *Religiosity, Product Knowledge, Income, Hajj Savings, Islamic Bank*

This research is motivated by the strong competition in the banking industry today, which demands Islamic banks to understand the needs of customers. However, many people are still unaware of the existence of Islamic banks and their products. The haj savings product has not fully changed the preferences of the majority of the Muslim population due to a lack of understanding and insufficient financial capability among the community itself. Therefore, an analysis of the factors that can influence customers' decisions in choosing haj savings is needed.

This study aims to examine and explain (1) the effect of religiosity on customers decisions to choose hajj savings products at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office; (2) the effect of product knowledge on customers decisions to choose hajj savings products at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office; (3) the effect of income on customer decisions to choose hajj savings products at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office; (4) the simultaneous effect of religiosity, product knowledge, and income on customer decisions to choose hajj savings products at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office.

This research is a quantitative study with an associative research type. The data used in this study is primary data, collected by distributing questionnaires. The population in this study consists of customers of the hajj savings at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office. The data is processed and analyzed using SPSS Version 21.0, with data analysis tests including instrument validity testing, classical assumption testing, auto-correlation testing, multiple linear regression testing, hypothesis testing, and coefficient of determination (R²) testing.

The results of this study indicate that partially the religiosity variable has a significant positive effect on the decision to choose hajj savings at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office, product knowledge has a significant positive effect on the decision to choose hajj savings at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office, income has a significant positive effect on the decision to choose hajj savings at Bank Muamalat Indonesia Blitar Branch Office. Furthermore, together, the variables of religiosity, product knowledge, and income significantly influence on the decision to choose Hajj savings at Bank Muamalat Indonesia, Blitar Branch Office.