

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini di Indonesia bank syariah adalah lembaga yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank syariah sebagai lembaga keuangan memiliki fungsi penting untuk menyediakan modal yang menjadi pondasi perekonomian yang baik dan berkelanjutan. Bank syariah sebagai lembaga yang menghubungkan antara pemilik dana dengan yang membutuhkan dana, hal tersebut sesuai dengan fungsinya sebagai lembaga intermediasor keuangan atau perantara dari pihak yang surplus kepada pihak yang kekurangan dana tanpa berdasarkan prinsip bunga, tetapi berdasarkan prinsip syariah.²

Lembaga perbankan syariah yang pertama kali muncul di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat Indonesia lahir pada tahun 1992 yang didirikan oleh pemerintah Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai sebuah lembaga penting dalam penentuan kesesuaian produk dan layanan dengan prinsip-prinsip syariah. Sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia, perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Hingga tahun 2023, terdapat 19 bank syariah di Indonesia, termasuk 10 bank umum syariah, 7 bank pembangunan daerah syariah, serta 2 bank pembiayaan rakyat syariah.

² Hamdan Firmansyah., et. al, *Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia*, (Cirebon: Anggota IKAPI, 2021), hal. 4

Pertumbuhan perbankan syariah yang pesat ini menggambarkan komitmen Indonesia dalam mengembangkan sektor keuangan syariah.³

Dalam Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 menerangkan bahwa perbankan syariah merupakan segala hal yang berkaitan dengan bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), meliputi kelembagaan, kegiatan usaha, serta proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah menggunakan prinsip syariah dalam kegiatan usahanya berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang mempunyai kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Berdasarkan jenisnya bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁴

Bank Umum Syariah (BUS) yaitu bank syariah yang dalam aktivitasnya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam aktivitasnya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam kegiatan usahanya baik menghimpun dana maupun menyalurkan dana memberikan imbalan atas dasar prinsip syariah. Sehingga konsep dasar bank syariah berdasarkan pada Al-Quran dan Hadist.⁵

Melihat persaingan di sektor perbankan dan jasa keuangan saat ini yang semakin pesat, menuntut bank untuk memahami kebutuhan dan keinginan

³ Misno., et. al, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Bogor: Pustaka Amma Alamia, 2023), hal. 45

⁴ *Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perbankan Syariah*, (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2008), hal. 3

⁵ Agus Marimin, Abdul Haris Romadhoni, dan Tirta Nur Fitria, *Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Volume 01 Nomor 02 Juli 2015, dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/30/20>, diakses pada 31 Oktober 2024

nasabahnya. Bank yang mampu memahami dan dapat menyediakan produk dan jasa sesuai dengan keinginan nasabah dan lebih bagus kualitasnya akan dipilih oleh nasabah. Bank yang mampu menciptakan nilai yang unggul maka akan memiliki kinerja bisnis yang unggul juga. Pemberian nilai yang unggul dari nasabah dapat dilakukan dengan penyediaan produk yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Tercapainya kinerja bisnis yang berkelanjutan memungkinkan perbankan syariah dapat berperan maksimal dalam pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang. Persaingan yang ketat, menuntut manajemen bank syariah menerapkan strategi yang tepat untuk menarik nasabah.⁶

Dalam hal ini, perencanaan keuangan menjadi hal yang penting, terutama dalam konteks tabungan haji. Lembaga perbankan syariah peduli dengan kebutuhan umat islam yang akan menjalankan ibadah haji dengan menciptakan produk tabungan haji. Tabungan haji merupakan salah satu bentuk layanan di bank syariah yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat yang akan merencanakan haji dengan tabungan. Dalam menabung untuk ibadah haji, nasabah dapat memanfaatkan produk perbankan syariah yang menerapkan prinsip syariah juga berkontribusi pada pertumbuhan industri perbankan syariah secara keseluruhan. Bank syariah sebagai lembaga keuangan syariah melaksanakan usaha menghimpun dana masyarakat yang ingin berangkat haji dengan memberikan bentuk layanan yang sesuai dengan syariat islam.⁷

⁶ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), hal. 3

⁷ Aqwa Naser Daulay, "Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perkembangan Tabungan haji Perbankan Syariah di Indonesia" dalam <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/824/618>, diakses pada 24 September 2024

Keputusan untuk memilih tabungan haji harus didasari dengan berbagai pertimbangan. Untuk mencapai keputusan dalam memilih produk tabungan haji harus ada variabel-variabel independen yang mempengaruhi yaitu religiusitas (X_1) yang berdasar teori Hassan⁸, pengetahuan produk (X_2) yang berdasar teori Coulter⁹, dan pendapatan (X_3) yang berdasar pada teori Jisana dan Khan¹⁰. Menurut Sangaji dan Sopiah keputusan pembelian yaitu salah satu proses penyatuan dan penilaian produk antara dua atau lebih kemungkinan pilihan yang pada akhirnya akan memilih satu pilihan yang paling disukai.¹¹ Dalam proses pembelian konsumen cenderung mempunyai keputusan memilih barang dan jasa yang memberikan mashlahah maksimal yang mana dalam mashlahah tersebut terdapat unsur manfaat dan berkah.

Religiusitas dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan produk dari bank syariah. Menurut Thouless religiusitas merupakan suatu pandangan terhadap dunia, yang mana ditunjukkan dengan perilaku kepada suatu lingkungan yang lebih luas yang bersifat ruang dan waktu, lingkungan yang lebih luas itu berupa dunia Rohani.¹² Religiusitas ini bisa didapatkan dari mempelajari dan mempedomani Al-Quran dan Hadist, ikut serta dalam kajian keagamaan, hingga meningkatkan

⁸ Soegeng Wahyoedi, *Loyalitas Nasabah: Tinjauan Aspek Religiusitas dan Kualitas Layanan*, (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2022), hal. 37-38

⁹ Irdawati., et. al, *Literasi Keuangan dan Pengetahuan Produk pada Perilaku Menabung Pekerja Milenial Melalui Fintech*, (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2024), hal. 52

¹⁰ Aditya Wardhana., et. al, *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), hal. 12

¹¹ Sukaris, *Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Produk Tabungan Haji RJTH*, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan* Volume 02 Nomor 02 Desember 2022, diakses 2 November 2024 dari 10.30595/jmbt.v2i2.15447

¹² Subiyantoro, *Mengkristalkan Religiusitas Pada Anak*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), hal. 32

keimanan dan taqwa kepada Allah SWT dengan menjalankan perintahnya dan menjauhi larangannya.¹³ Peranan religiusitas terhadap berbagai perilaku manusia sangat berpengaruh misalnya semakin tinggi religiusitas seseorang maka akan menyebabkan orang tersebut melakukan transaksi di bank syariah sesuai dengan syariat islam.

Selain religiusitas, dalam mempengaruhi keputusan pembelian ada pengetahuan produk. Pengetahuan produk menurut Sumarwan adalah berbagai informasi mengenai kategori produk, merek produk, atribut produk, kepercayaan terhadap produk hingga harga produk.¹⁴ Pengetahuan produk penting karena seseorang yang memiliki pengetahuan produk yang baik dari berbagai produk memungkinkan seseorang untuk membuat keputusan sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengetahuan produk yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor intrinsik dan situasional. Faktor intrinsik mengarah pada pengetahuan konsumen yang disimpan dalam ingatan sedangkan faktor situasional ditentukan oleh lingkungan fisik dan sosial yang ada disekitar konsumen sehingga produk tersebut tampak cocok untuk konsumen.¹⁵

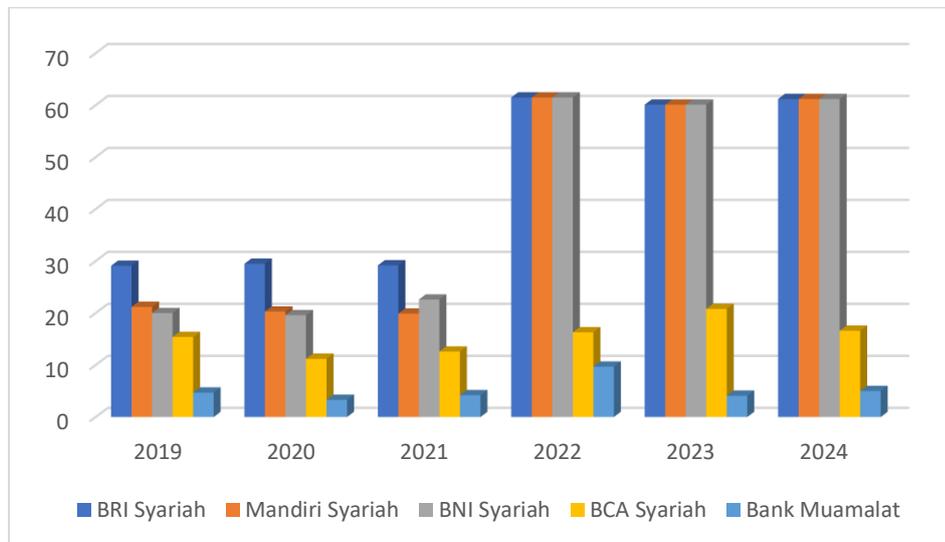
¹³ Desi Insani, "Relevansi Religiusitas dengan Perilaku Konsumsi" dalam <https://ejournal.uinfabengkulu.ac.id/index.php/Al-Intaj/article/view/3538>, diakses 24 September 2024

¹⁴ Andrian., et. al, *Perilaku Konsumen*, (Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022), hal. 59

¹⁵ Sugiyarta Stanislaus dan Pundani Eki Pratiwi, *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Membeli pada Mahasiswa Konsumen Oriflame di UNNES*, Jurnal Psikologi Ilmiah Volume 4 Nomor 2 2012, dari <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI>, diakses 1 November 2024

Grafik 1.1

Top Brand Kategori Perbankan Syariah 2019 s/d 2024



Sumber: www.topbrand-award.com, diakses 1 November 2024

Tabel 1.1 diatas menunjukkan presentase *top brand award* Bank Syariah pada tahun 2019-2024. Perkembangan perbankan syariah semakin meningkat dan persaingan industri perbankan syariah juga semakin kuat, terlihat bahwa presentase *top brand award* bank syariah. Bank syariah yang termasuk dalam lima besar kategori *top brand* yaitu Bank Syariah Indonesia (merger BRI Syariah, BSM, dan BNI Syariah), BCA Syariah, dan Bank Muamalat Indonesia. Dengan Bank Syariah Indonesia mencapai 61,2%, BCA Syariah mencapai 16,6%, dan Bank Muamalat Indonesia sebesar 5,0% pada tahun 2024. Dengan inovasi produk pada bank syariah dapat menjadi langkah yang strategis untuk meningkatkan daya tarik produk perbankan syariah di masyarakat dan memperluas jangkauan konsumen di masa depan.

Pendapatan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pendapatan menurut Sadono Sukirno adalah seluruh pendapatan yang diterima oleh seseorang

dari berbagai sumber, seperti upah, bunga, sewa hingga keuntungan.¹⁶ Pendapatan ini dapat diperoleh dari hasil yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang pada suatu kegiatan ekonomi. Faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan yaitu tingkat upah, jenis jabatan, geografis, keterampilan, hingga ras.¹⁷ Pendapatan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung tabungan haji hal ini karena dari biaya haji yang cukup banyak dan memberatkan bagi sebagian masyarakat. Maka dari itu semakin tinggi pendapatan yang diperoleh seseorang maka akan mendorong orang tersebut untuk menggunakan produk tabungan haji.

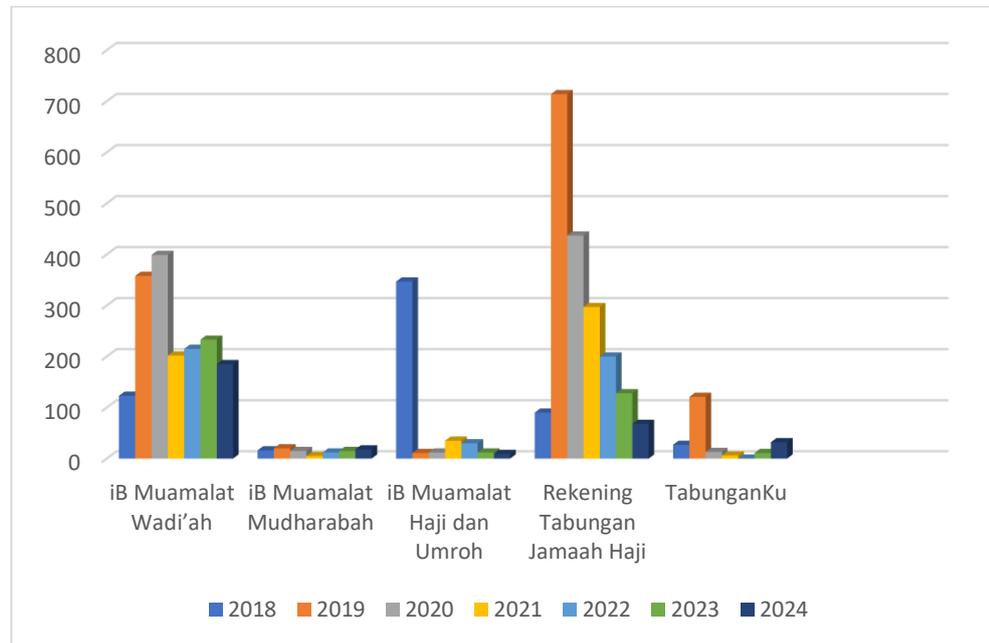
Salah satu Bank Muamalat Indonesia yang ada di Kota Blitar yakni Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani, Ruko MTC Blok H, Kepanjen Lor, Kec. Kepanjenkidul, Kota Blitar. Adanya Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar menjadi solusi untuk umat islam untuk memenuhi kebutuhan terkait lembaga keuangan yang terhindar dari riba, serta masih terdapat masalahnya. Berikut ini adalah data jumlah nasabah berdasarkan jenis produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar:

¹⁶ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 49

¹⁷ Eri Bukhari, Bintang Narpati, dan Adi Wibowo Noor Fikri, “Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung”, dalam <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JIAM/article/view/292>, diakses 24 September 2024

Grafik 1.2

Jumlah Nasabah Tabungan Tahun 2018 s/d Oktober 2024



Sumber: Dokumen Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar Oktober 2024

Berdasarkan grafik jumlah nasabah di atas, memperlihatkan bahwa masyarakat memilih menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, namun setiap tahunnya jumlah nasabah mengalami fluktuasi. Jumlah nasabah produk tabungan paling tinggi yaitu pada tahun 2019 yang mencapai 1.224 nasabah yaitu pada produk tabungan haji. Sedangkan pada tahun 2024 mengalami penurunan jumlah nasabah, perhitungan Oktober 2024 hanya 312 nasabah saja yang mendaftarkan pada produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar. Berdasarkan jenis produk tabungan yang dipilih total nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar yaitu sebanyak 4.416 nasabah.

Grafik 1.3**Jumlah Nasabah Tabungan Haji Tahun 2018 s/d Oktober 2024**

Sumber: Dokumen Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar Oktober 2024

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang mendaftar produk tabungan haji dari tahun 2018 hingga 2024 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2018 jumlah nasabah tabungan haji sebanyak 90 orang. Tahun 2019 nasabah tabungan haji mengalami kenaikan yang tinggi yaitu sebanyak 714 orang. Kemudian tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 437 orang. Tahun 2021 mengalami penurunan lagi yaitu menjadi 297 orang. Pada tahun 2022 nasabah yang mendaftar tabungan haji sebanyak 200 orang. Kemudian tahun 2023 nasabah yang mendaftar produk tabungan haji mengalami penurunan lagi hanya 128 orang. Selanjutnya per oktober 2024 ini hanya 68 orang yang mendaftarkan haji. Kemudian total nasabah yang menggunakan produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar saat ini mencapai 1934 nasabah.

Alasan peneliti memilih Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar untuk objek penelitian karena Bank Muamalat Indonesia adalah bank syariah pertama yang

telah ada dari tahun 1992 dan Bank Muamalat Indonesia merupakan salah satu bank syariah di Indonesia yang menunjukkan ketahanannya menghadapi krisis moneter yang melanda Indonesia tahun 1997-1998. Bank syariah yang berdiri cukup lama di Kota Blitar adalah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, yakni berdiri sejak 13 Juli 2010. Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar menyediakan berbagai produk yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Salah satu produk yang menjadi keunggulan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yaitu tabungan haji dengan jumlah nasabah paling tinggi di antara produk-produk tabungan yang lain. Hal ini di buktikan pada tabel di atas yang menunjukkan jumlah nasabahnya mencapai 1.934 orang.

Selain itu, karena persaingan industri perbankan yang sangat kuat seperti sekarang, namun masih banyak masyarakat yang belum mengenal adanya bank syariah beserta produknya. Sebagian besar masyarakat beragama islam akan tetapi masih ada sebagian orang yang tidak mengetahui dan mengenali produk perbankan syariah khususnya produk tabungan haji. Produk tabungan haji belum sepenuhnya dapat mengubah preferensi masyarakat yang mayoritasnya beragama islam karena kurangnya pemahaman dan kurangnya kecukupan finansial masyarakat itu sendiri. Meskipun di pusat kota Blitar sudah terdapat Bank Muamalat Indonesia yang beroperasi namun belum menyebar luas di desa-desa pinggiran sehingga masih sedikit peminat jasa perbankan syariah atau belum meratanya penggunaan jasa perbankan syariah.

Dari latar belakang yang diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan lebih dalam terkait apa yang mempengaruhi keputusan

nasabah memilih produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar dengan mengacu pada beberapa faktor yakni religiusitas, pengetahuan produk, dan pendapatan serta memilih nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar sebagai objek penelitian. Sehingga penulis akan melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Tingkat religiusitas seseorang yang berbeda-beda dan kurangnya dorongan religius dalam menilai pentingnya ibadah haji.
2. Seseorang yang memiliki tingkat pengetahuan produk yang rendah serta kurang memahami manfaat produk yang dapat mengakibatkan ketidakpercayaan produk.
3. Keadaan ekonomi seseorang mulai dari pemasukan hingga pengeluaran yang tidak stabil untuk menabung tabungan haji.
4. Persepsi seseorang terhadap bank syariah saat memilih produk tabungan haji.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar?

2. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar?
3. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan religiusitas, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.
2. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.
3. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh pendapatan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.
4. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh secara simultan religiusitas, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca atau pihak-pihak yang membutuhkan, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas informasi dalam bidang pengetahuan dan keilmuan penulis dan pembaca dalam dunia perbankan syariah khususnya terkait produk tabungan haji. Penulis juga berharap penelitian ini dapat menginterpretasikan pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap keputusan memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

2. Kegunaan praktis

a. Bagi Akademik

Sebagai sumbangan perbendaharaan kepustakaan dan tambahan referensi pengembangan bagi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Bank Syariah

Sebagai bahan masukan dan evaluasi bank syariah dalam mengambil kebijakan terkait produk tabungan haji agar jumlah nasabah tabungan haji di bank syariah meningkat atau dalam keadaan stabil.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai dasar pengembangan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan tabungan haji pada bank syariah. Selain itu juga sebagai bahan

referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sama namun dengan variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membutuhkan ruang lingkup untuk membatasi ruang yang akan diteliti berdasarkan ruang lingkup yang ada. Ruang lingkup digunakan agar penelitian ini lebih efektif dan terarah. Ruang lingkup pada penelitian ini berfokus pada variabel religiusitas, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap variabel keputusan nasabah memilih tabungan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini ditentukan oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan tabungan haji dengan berfokus pada variabel (X) dan variabel (Y). Dimana variabel independen pada penelitian ini adalah religiusitas (X_1), pengetahuan produk (X_2), dan pendapatan (X_3) sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan (Y). Objek penelitian ini yaitu pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

G. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat keyakinan dan tingkah laku seseorang terhadap ajaran yang dianut dan praktik ritual baik dalam konteks hubungan vertikal dengan Allah SWT ataupun hubungan horizontal kepada

sesama manusia, sebagai upaya untuk mencari makna kehidupan dan kebahagiaan.¹⁸

b. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan dari berbagai macam informasi tentang produk, meliputi kategori produk, merek, istilah produk, atribut, fitur produk, harga dan kepercayaan atas produk.¹⁹

c. Pendapatan

Pendapatan adalah berupa jumlah uang yang didapatkan oleh individu atau lebih anggota keluarga dari jerih payah kerjanya.²⁰

d. Pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan seseorang membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.²¹

2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional merupakan unsur penelitian yang menjelaskan mengenai cara praktis untuk mengukur atau mengamati suatu konsep yang akan diteliti. Adapun penegasan operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

¹⁸ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, (Jakarta: Binliosmia Karya Indonesia, 2021), hal 13

¹⁹ Donny Herdianto, *Creative Selling Everyday*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), hal. 88

²⁰ Mauna Naga, *Makro Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 200

²¹ Edwin Zusrony, *Konsumen di Era Modern*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2018), hal. 36

a. Religiusitas

Variabel ini dapat diukur dengan angket yang menggali beberapa aspek nilai-nilai agama dalam diri seseorang yang dicerminkan melalui indikator pada variabel ini yakni: keyakinan, praktik ibadah, pengalaman, pengetahuan agama, dan konsekuensi, serta sejauh mana responden menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

b. Pengetahuan produk

Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan angket yang berisi pernyataan-pernyataan dari indikator variabel yakni: pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk, dan pengetahuan kepuasan yang di berikan produk untuk konsumen, produk dalam hal ini yang dimaksud adalah tabungan haji.

c. Pendapatan

Variabel ini dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu: penghasilan yang diterima per bulan, jenis pekerjaan, anggaran biaya sekolah, dan beban keluarga yang ditanggung.

d. Pengambilan keputusan

Variabel ini dapat dilihat dari kecenderungan atau keputusan responden untuk menggunakan produk tabungan haji di masa sekarang dengan diukur dengan variabel: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

H. Sitematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dalam memahami isi penelitian ini dan lebih sistematis, skripsi ini diperinci dalam enam bab yang setiap babnya terdapat masing-masing sub bab. Susunan kepenulisan yang digunakan dalam skripsi ini sebagai berikut:

Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Bab I Pendahuluan

Bab ini memaparkan mengenai: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) manfaat penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah, (h) sistematika skripsi.

Bab II Landasan Teori

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang mendukung atau mendasari dalam penelitian yang terdiri dari: (a) deskripsi teori (b) penelitian terdahulu, (c) kerangka konseptual, dan (d) hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini diuraikan secara singkat mengenai (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, (d) Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan (e) analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian

Dalam bab ini membahas mengenai: (a) deskripsi data, dan (b) pengujian hipotesis.

Bab V Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang menjawab masalah penelitian, menafsirkan temuan-temuan penelitian, memodifikasi teori yang telah ada, serta menjelaskan implikasi-implikasi lain dari hasil penelitian.

Bab VI Penutup

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Serta bagian akhir, terdiri dari daftar rujukan, lampiran, dan daftar riwayat hidup.