

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan Syariah dibentuk dengan misi untuk mendorong dan memperluas praktik keuangan dan perbankan yang berlandaskan ajaran Islam, termasuk prinsip-prinsip syariah dan nilai-nilai tradisi Islam, ke dalam aktivitas ekonomi dan bisnis yang relevan. Prinsip syariah yang dimaksud merujuk pada ketentuan hukum Islam yang digunakan dalam operasional keuangan dan perbankan, yang merujuk pada fatwa yang dikeluarkan oleh otoritas resmi yang berwenang dalam bidang syariah. Nilai-nilai utama yang mendasari prinsip syariah dalam lembaga keuangan ini meliputi keadilan, kebermanfaatan, keseimbangan, serta sifatnya yang universal (*rahmatan lil 'alamin*). Dalam menjalankan usahanya, lembaga keuangan syariah memegang teguh beberapa prinsip utama, yaitu: (1) menghindari unsur-unsur *Maghrib*, yakni *maysir* (spekulasi), *gharar* (ketidakjelasan), haram, *riba* (bunga), dan *batil* (transaksi tidak sah); (2) mengembangkan aktivitas usaha dan perdagangan yang menghasilkan keuntungan sesuai dengan ketentuan syariah; serta (3) mendistribusikan zakat, infaq, sodaqah.²

² Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2017), 39–40.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah pemeluk agama Islam terbesar di seluruh dunia. Kepadatan populasi Muslim yang tinggi ini turut memicu peningkatan minat warga untuk menunaikan ibadah haji, yang menjadi pilar kelima dalam rukun Islam. Kitab Suci Al-Qur'an menegaskan bahwa haji merupakan kewajiban bagi setiap Muslim yang memiliki kemampuan secara jasmani maupun finansial. Selain landasan keagamaan dari Islam, penyelenggaraan ibadah haji di tanah air juga diperkuat oleh regulasi hukum melalui Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2009. Undang-undang ini menggantikan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 2 Tahun 2009, yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji.³

Menurut Bank Indonesia, terdapat beberapa faktor yang mendorong perkembangan pesat perbankan syariah di Indonesia. Salah satu faktor utamanya adalah karena Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Selain itu, sistem perbankan syariah dinilai mendukung pertumbuhan ekonomi yang berorientasi pada sektor riil, serta adanya kepercayaan dan keterlibatan pemerintah dalam pengelolaan dana melalui bank-bank syariah. Seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat muslim, bank syariah di Indonesia turut berinovasi dalam menyediakan berbagai produk keuangan, salah satunya produk Tabungan Haji. Tabungan

³ Kementerian Agama Republik Indonesia, "www.kemenag.go.id," diakses pada 14 Oktober 2025.

Haji merupakan layanan yang disediakan oleh Lembaga Keuangan Syariah bagi umat Islam yang berkeinginan menunaikan ibadah haji. Dalam pelaksanaannya, produk ini mensyaratkan pembukaan rekening terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan setoran awal untuk Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) hingga mencapai jumlah setoran pelunasan sesuai ketentuan yang berlaku.⁴

Produk Tabungan Haji Indonesia adalah jenis simpanan berdenominasi Rupiah atau Dolar AS (USD) yang dibuat khusus untuk membantu perencanaan dana guna ibadah haji dan umrah. Tabungan ini menerapkan prinsip akad wadiah maupun mudharabah, dengan ketentuan penarikan dana baru boleh dilakukan setelah masa waktu yang ditentukan atau saat nasabah sudah berangkat haji. Adanya layanan Tabungan Haji di bank syariah Indonesia mencerminkan upaya nyata memenuhi keperluan umat Islam dalam menyiapkan biaya serta strategi keuangan untuk ibadah haji secara matang dan selaras dengan prinsip syariah.⁵

Tabel 1.1
Kuota Haji per wilayah pada tahun 2024.

Wilayah	Jumlah Pendaftar	Kuota	Waktu Tunggu
DKI Jakarta	202.946	7.412	28 Tahun
Jawa Tengah	888.946	28.510	32 Tahun
Jawa Timur	1.111.230	33.031	34 Tahun
D.I Yogyakarta	96.226	2.951	33 Tahun

Sumber : Kemenag, 2024

⁴ Muhammad, *Manajemen Baitul Maal Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), 223

⁵ Sufyan,Dkk., “Pelaksanaan Akad Mudharabah pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Sudirman Indramayu,” *JSEF: Journal of Sharia, Economic, and Finance* 2, no. 1 (2023): 62–68.

Berdasarkan informasi pada tabel yang disajikan, terlihat adanya kesenjangan mencolok antara total pendaftar haji dan alokasi kuota dari pemerintah. Situasi semacam ini menyebabkan calon peserta haji harus bersabar dengan masa tunggu yang cukup lama sebelum akhirnya bisa berangkat ke Tanah Suci. Sebagai ilustrasi, di DKI Jakarta tercatat 202.946 orang mendaftar, namun kuota yang diberikan hanya untuk 7.412 jemaah saja. Akibatnya, warga setempat diperkirakan harus menanti hingga sekitar 28 tahun pasca pendaftaran untuk giliran mereka. Perkiraan masa tunggu tersebut didasarkan pada rumus pembagian jumlah pendaftar dibagi kuota per daerah. Contohnya, bagi yang mendaftar di tahun 2024, keberangkatan baru terwujud pada 2052 sesuai hitungan.⁶

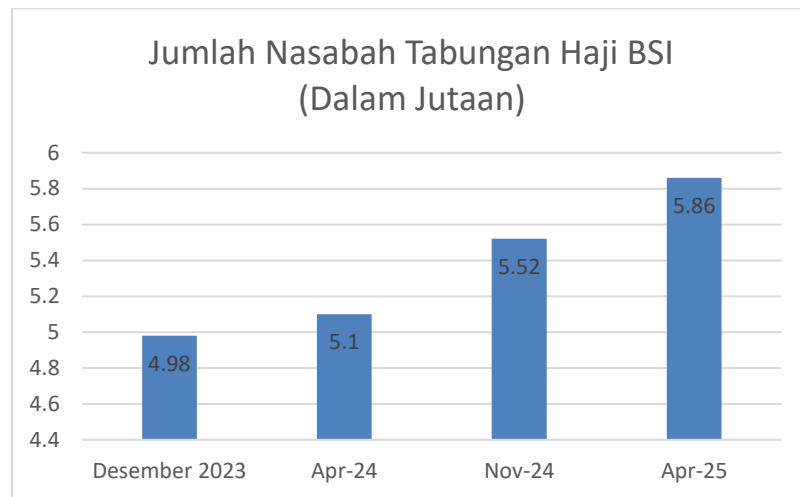
Lamanya masa tunggu tersebut mendorong masyarakat untuk mulai menabung setelah memperoleh porsi haji, yaitu nomor antrian resmi yang diberikan setelah melakukan setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH). Selama periode menunggu, calon jemaah memiliki kesempatan untuk menambah saldo tabungan hingga mencapai jumlah pelunasan biaya haji. Salah satu kendala utama dalam pelaksanaan ibadah haji adalah keterbatasan finansial, karena tidak sedikit umat Islam yang memiliki keinginan kuat untuk menunaikan ibadah haji namun belum memiliki kemampuan ekonomi yang memadai.⁷ Oleh karena itu, kebiasaan

⁶ DPR RI, *Buku Bunga Rampai: Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Pengelolaan Keuangan Haji* (Jakarta: Pusaka DPR, t.thn), 44.

⁷ Ika Lailatul Umroh, *Pengaruh motivasi, daftar masa tunggu, dan pendapatan terhadap minat menabung Tabungan Haji Muda pada Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Mojokerto* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025), 45.

menabung sejak dini menjadi langkah yang sangat penting dalam mempersiapkan keberangkatan ibadah haji secara optimal.

Gambar 1.1
Perkembangan nasabah Tabungan Haji BSI



Sumber : www.bankbsi.co.id (Data Diolah)

Gambar tersebut memperlihatkan adanya peningkatan yang cukup signifikan dalam jumlah masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan syariah. Berdasarkan laporan kinerja Bank Syariah Indonesia (BSI) pada bulan April tahun 2024, tercatat bahwa jumlah nasabah Tabungan Haji telah mencapai 5,1 juta orang. BSI menargetkan peningkatan jumlah nasabah tabungan haji hingga mencapai 5,9 juta rekening pada tahun 2024. Target tersebut menunjukkan pencapaian yang hampir sesuai dengan ekspektasi perusahaan, terutama bertepatan dengan periode pelaksanaan ibadah haji tahun tersebut.⁸

⁸ Bank Syariah Indonesia, “Nasabah Tabungan Haji BSI Tembus 5,1 Juta,” *RMOL* (4 Juni 2024).

Pola kenaikan jumlah nasabah dari tahun ke tahun menunjukkan tingkat minat yang besar dari kalangan Muslim Indonesia terhadap layanan Tabungan Haji. Hal ini menggambarkan tingkat kesadaran dan tekad yang kokoh dari masyarakat beragama Islam untuk menunaikan ibadah haji ke Baitullah. Produk tabungan haji dianggap mempermudah umat Islam dalam menyusun rencana dan mewujudkan kebutuhan ibadah kepada Allah SWT dengan pendekatan yang lebih terorganisir serta selaras dengan kaidah syariah.⁹ Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan nasabah dalam menabung melalui produk Tabungan Haji, dengan objek penelitian pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Nganjuk Yos Sudarso. Adapun faktor-faktor yang diduga memengaruhi keputusan nasabah dalam menabung antara lain persepsi, religiusitas, dan tingkat pendapatan.

Persepsi merupakan pandangan atau cara seseorang menilai suatu objek yang terbentuk dari informasi yang diterima dan diolah melalui proses kognitif. Informasi yang diperoleh akan dipahami, kemudian individu menarik kesimpulan yang pada akhirnya membentuk suatu penilaian terhadap objek tersebut.¹⁰ Dalam konteks pemasaran jasa, pembentukan minat konsumen untuk menggunakan suatu produk atau layanan sangat bergantung pada persepsi positif yang berhasil dibangun oleh penyedia jasa. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan citra dan pemahaman yang

⁹ Cici' Insiyah dan Nur Eka Fitriani, "Pengaruh Strategi Digital Marketing dan Tingkat Bagi Hasil Akad Mudharabah terhadap Minat Nasabah Tabungan Haji Indonesia di BSI KC Pamekasan," *Jurnal Masharif Al-Syariah* 10, no. 2 (2025): 45–46.

¹⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 51.

baik agar konsumen memiliki persepsi yang menguntungkan terhadap produk yang ditawarkan. Hingga saat ini, masih terdapat beragam persepsi di kalangan masyarakat mengenai keberadaan dan sistem operasional perbankan syariah. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi lembaga perbankan syariah untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga terbentuk pandangan yang positif dan konsisten terhadap eksistensi serta kredibilitas perbankan syariah di Indonesia.¹¹

Persepsi merujuk pada proses yang dilalui seseorang untuk menyusun dan mengartikan rangsangan indera, sehingga menciptakan pemahaman terhadap lingkungan sekitarnya.¹² Persepsi konsumen sangat terkait dengan tingkat pemahaman individu terhadap suatu produk atau jasa. Apa yang ditangkap oleh konsumen akan membentuk pandangan subjektif yang berdampak pada sikap dan perilaku mereka. Oleh karena itu, persepsi tersebut turut menentukan minat serta pilihan konsumen, seperti dalam memutuskan menabung melalui produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Nganjuk Yos Sudarso. Meski demikian, persepsi konsumen tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi yang melekat pada diri seseorang. Di

¹¹ Firda Durrotun Nafisah, "Persepsi Masyarakat terhadap Perbankan Syariah: Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia," *Hasina: Jurnal Akuntansi dan Bisnis Syariah* 1, no. 1 (2024): 64–70.

¹² Veitzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta:PT. Rajagrafindo Persada, 2007). 231.

antaranya, tingkat religiusitas menjadi faktor kunci yang membentuk persepsi dan memengaruhi pengambilan keputusan.¹³

Religiusitas pada hakikatnya memiliki keterkaitan yang erat dengan sikap dan perilaku individu dalam menjalani kehidupan. Agama berperan memberikan rasa aman, ketenangan batin, serta pedoman moral dalam menghadapi berbagai permasalahan hidup. Ketika seseorang dihadapkan pada konflik atau tekanan kehidupan, individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung akan mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan nilai-nilai ajaran agamanya, tanpa memandang situasi maupun lingkungan tempat ia berada. Sebaliknya, individu yang memiliki pemahaman religiusitas rendah cenderung mengalami kesulitan dalam menerima keadaan dan menghadapi permasalahan yang terjadi dalam kehidupannya.¹⁴

Menurut Suhartanto, seperti yang dikutip dalam jurnal karya Fifi Afiyanti Triuspitorini, religiusitas merupakan salah satu elemen krusial yang mempengaruhi pilihan nasabah untuk menggunakan produk keuangan berbasis syariah.¹⁵ Religiusitas memainkan peran penting dalam mendorong minat masyarakat terhadap layanan bank syariah. Orang-orang dengan tingkat keislaman yang tinggi biasanya lebih peka terhadap keharusan

¹³ Dita Indah Sari dan Johan Afandy, "Minat Menabung di Bank Syariah Ditinjau dari Literasi Keuangan Syariah, Pendapatan dan Religiusitas," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 3 (2023)

¹⁴ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 67.

¹⁵ Fifi Afiyanti Triuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 2, 2019, 58

memilih produk keuangan syariah, karena dianggap terbebas dari unsur haram dalam Islam, seperti maysir (judi), gharar (ambiguitas), riba (bunga), serta aktivitas haram atau sia-sia lainnya. Karenanya, derajat religiusitas secara signifikan membentuk keputusan nasabah untuk memanfaatkan produk dan jasa perbankan syariah. Kesimpulan ini sejalan dengan studi Gunawan, yang menemukan bahwa religiusitas memberikan dampak positif terhadap ketertarikan seseorang menjadi pelanggan bank syariah.¹⁶

Tingkat pendapatan dapat didefinisikan sebagai total penerimaan finansial yang diperoleh individu maupun rumah tangga dalam jangka waktu tertentu, baik secara bulanan maupun tahunan, yang bersumber dari gaji, hasil usaha, investasi, ataupun sumber pendapatan lainnya. Tingkat pendapatan mencerminkan kemampuan ekonomi seseorang atau keluarga dalam memenuhi kebutuhan dasar, melakukan kegiatan menabung, serta menentukan pilihan terhadap instrumen keuangan yang digunakan.¹⁷ Dalam ranah keuangan syariah, individu dengan tingkat pendapatan lebih tinggi memiliki kemungkinan lebih besar untuk memilih produk keuangan yang selaras dengan prinsip syariah serta tujuan ibadah, seperti Tabungan Haji. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, kebutuhan konsumsi primer semakin mudah dipenuhi, sehingga menyisakan surplus dana yang dapat dialokasikan untuk tabungan atau investasi syariah. Situasi tersebut juga memotivasi masyarakat untuk memprioritaskan produk

¹⁶ Gunawan, "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menejadi Nasabah BNI Syariah KC Sukabumi", *Jurnal Studi Islam*, Vol. 2, No. 02, 2021, 102

¹⁷ Devi M. dan Yulianti L., "Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Menabung Masyarakat," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 5, no. 2 (2019)

keuangan yang tidak hanya menawarkan keuntungan ekonomi, tetapi juga menjamin keamanan dana, transparansi pengelolaan, serta kepatuhan penuh terhadap kaidah-kaidah syariah.¹⁸

Dari sudut pandang sosial, hubungan antara tingkat pendapatan dan preferensi terhadap produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) terlihat dari kecenderungan bahwa orang dengan kondisi ekonomi lebih stabil serta rasa percaya diri yang kuat cenderung memilih produk keuangan jangka menengah hingga panjang. Tak hanya itu, kalangan masyarakat berpenghasilan tetap yang cukup biasanya lebih peka terhadap aspek keagamaan dan memiliki keyakinan lebih besar pada institusi keuangan syariah.¹⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap Tabungan Haji di BSI dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan terhadap lembaga, citra positif bank syariah, serta transparansi produk yang ditawarkan. Sebanyak 94% responden menyatakan bahwa keputusan mereka memilih perencanaan haji melalui produk tabungan di BSI didasari oleh rasa percaya terhadap kredibilitas bank tersebut. Lebih lanjut, tingkat literasi keuangan dan kapasitas finansial yang berkaitan erat dengan tingkat pendapatan juga berperan dalam memperkuat keputusan masyarakat untuk memilih produk Tabungan Haji dibandingkan tabungan konvensional,

¹⁸ Fatiyah Mufid, Dkk., “Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Syariah*, Vol. 6 No. 02, 2023

¹⁹ T. Akbar, A. Habibi, dan G. Nurmalia, “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Sekincau, Lampung Barat),” *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis* 11, no. 2 (2025): 99–113.

karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat, risiko, serta mekanisme pengelolaan produk keuangan berbasis syariah.²⁰

Beberapa studi sebelumnya telah mengkaji berbagai faktor yang membentuk keputusan nasabah memilih produk perbankan syariah, seperti persepsi, religiusitas, serta pendapatan. Walau begitu, hasil dari penelitian-penelitian itu masih menunjukkan keragaman yang cukup besar. Misalnya, ada riset yang menyatakan religiusitas berperan besar dalam menentukan pilihan produk bank syariah, sedangkan studi lain justru menekankan faktor ekonomi seperti pendapatan sebagai pendorong utama. Variasi temuan semacam ini membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk mendapatkan wawasan yang lebih menyeluruh.²¹

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak difokuskan pada produk tabungan secara umum atau pada bank syariah di wilayah perkotaan besar. Masih sedikit penelitian yang secara spesifik menelaah keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji, terutama pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Nganjuk, yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan tingkat religiusitas masyarakat berbeda dibanding daerah lainnya. Kondisi tersebut menciptakan kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diisi melalui kajian kontekstual pada lokasi tersebut.

²⁰ Twinadya Ardyana Wardani, “Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Bank BJB Cabang Buah Batu”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi*, Vol. 9 No. 1, 2025

²¹ Faridatul Fitriyah, “Pendapatan, Dana Talangan Haji Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Mendaftar Haji”. *Jurnal NUSAMBA*, Vol. 1 No. 1. 2016.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini tidak hanya berasal dari penggunaan variabel persepsi kualitas layanan, religiusitas, dan tingkat pendapatan, tetapi lebih pada fokus penelitian yang diarahkan secara spesifik pada nasabah pengguna Tabungan Haji di BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso. Penelitian ini memberikan nilai kebaruan karena menggali secara lebih mendalam kondisi dan karakteristik lokal yang belum banyak diteliti pada level cabang pembantu. Selain itu, penelitian ini menawarkan pendekatan analisis yang melihat bagaimana ketiga variabel tersebut tidak hanya berpengaruh secara langsung, tetapi juga saling berkaitan dalam membentuk keputusan nasabah. Penelitian ini juga menambah perspektif baru dengan menyoroti motivasi ibadah jangka panjang yang menjadi dasar nasabah memilih produk Tabungan Haji, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan dapat dijadikan acuan bagi pengembangan strategi layanan BSI di masa mendatang.²²

Penjelasan diatas diatas menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Persepsi kualitas pelayanan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KCP Nganjuk Yos Sudarso”**

²² Naufal Bachri, “Customer Relationship Management and Customer Loyalty in Islamic Banking Industry”. *Jurnal Visioner & Strategis*, Volume 6, No 2, 2017.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti merumuskan sejumlah permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi kualitas pelayanan, Religiusitas dan Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji pada BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso?
2. Apakah Persepsi kualitas pelayanan nasabah berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih produk Tabungan Haji pada BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso?
3. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji pada BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso?
4. Apakah Tingkat Pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji pada BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh Persepsi kualitas pelayanan, Religiusitas dan Tingkat pendapatan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji pada BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso.
2. Untuk menguji pengaruh Persepsi kualitas pelayanan nasabah terhadap keputusan dalam memilih produk Tabungan Haji pada BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso.

3. Untuk menguji pengaruh Religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji pada BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso.
4. Untuk menguji pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji pada BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dirumuskan, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang substansial. Adapun kegunaan penelitian ini dirangkum sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai materi pembelajaran serta untuk memperkaya wawasan dalam kajian tentang pengaruh persepsi, religiusitas, dan tingkat pendapatan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji di BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso.

2. Secara Praktis

a. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menyajikan informasi yang berguna sebagai rujukan ilmiah, menambah khazanah pengetahuan, serta memperkaya koleksi literatur di perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Lembaga

Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran konstruktif bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan efektivitas promosi, mutu pelayanan, serta mempertimbangkan aspek religiusitas nasabah.

c. Peneliti selanjutnya

Studi ini diharapkan dapat menjadi rujukan atau sumber inspirasi bagi peneliti lain yang berniat mengeksplorasi topik sejenis di masa depan.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa luas cakupan pembahasan dan menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan dalam masalah ini.

1. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis pengaruh persepsi terhadap kualitas pelayanan, religiusitas, serta tingkat pendapatan terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Nganjuk Yos Sudarso.

2. Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pengaruh persepsi terhadap kualitas pelayanan, religiusitas, dan tingkat pendapatan terhadap keputusan individu dalam memilih produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Nganjuk Yos Sudarso. Data yang dipakai dalam studi ini

diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan informasi berdasarkan tanggapan para nasabah.

F. Penegasan Istilah

Secara istilah yang dimaksud dengan “Persepsi kualitas pelayanan, Religiusitas, Tingkat Pendapatan dan Keputusan Nasabah” adalah sebagai berikut :

1. Persepsi Kualitas Pelayanan

Persepsi terhadap kualitas pelayanan adalah penilaian subjektif nasabah mengenai sejauh mana layanan bank memenuhi ekspektasi mereka pada dimensi-dimensi terkait, seperti keandalan, responsivitas, jaminan, empati, serta bukti fisik. Persepsi tersebut timbul dari perbandingan antara kinerja layanan yang dialami nasabah dengan harapan awal mereka, di mana kualitas pelayanan yang dinilai tinggi menandakan bahwa layanan tersebut berhasil memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi nasabah.²³

2. Religiusitas

Religiusitas adalah derajat intensitas sikap, keyakinan, dan perilaku individu dalam mengamalkan ajaran agamanya. Konsep ini tidak terbatas pada ritual ibadah formal semata, melainkan juga mencerminkan penghayatan spiritual serta penerapan nilai-nilai agama dalam aktivitas harian. Dengan demikian, religiusitas

²³ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., *SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing / atau versi 1988 paper

meliputi dimensi kepercayaan, praktik ibadah, pengalaman rohani, pengetahuan agama, serta implikasi moral dalam kehidupan seseorang.²⁴

3. Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan adalah jumlah penerimaan yang diperoleh seseorang atau rumah tangga dari berbagai sumber selama periode tertentu. Pendapatan ini dapat berasal dari gaji, upah, usaha, maupun sumber lain yang sah. Tinggi rendahnya tingkat pendapatan akan memengaruhi kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Tingkat pendapatan adalah jumlah penghasilan nasabah setiap bulan, baik pendapatan utama maupun tambahan, yang mencerminkan kemampuan finansial nasabah untuk memilih dan mengikuti produk Tabungan Haji. Variabel ini diukur menggunakan kategori pendapatan bulanan dan beberapa pernyataan skala Likert terkait kecukupan dan stabilitas pendapatan

4. Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah adalah proses ketika nasabah menentukan pilihan terhadap suatu produk atau layanan berdasarkan informasi, kebutuhan, serta pertimbangan pribadi. Proses ini melibatkan pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga penentuan pilihan akhir. Keputusan yang diambil nasabah

²⁴ Ancok, Djamaludin, dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami ...* Hal. 76.

dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi dan persepsi, serta faktor eksternal seperti promosi dan kualitas layanan.²⁵

G. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian agar tidak terjadi perbedaan penafsiran antara peneliti dan pembaca. Selain itu, definisi operasional bertujuan untuk memperjelas cara pengukuran setiap variabel penelitian sehingga dapat dianalisis secara empiris sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu persepsi kualitas pelayanan (X1), religiusitas (X2) dan tingkat pendapatan (X3) serta satu variabel dependen yaitu keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji((Y).

1. Persepsi Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel persepsi mengenai kualitas pelayanan menggunakan data primer dengan skala interval. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Nganjuk Yos Sudarso. Variabel ini mengacu pada teori SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Indikator variabel persepsi mengenai kualitas pelayanan meliputi:

a. Bukti fisik (*tangibles*)

²⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Edisi Indonesia, Jakarta: Erlangga, 2009), 185.

- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Daya tanggap (*responsiveness*)
- d. Jaminan (*assurance*)
- e. Empati (*empathy*)

2. Religiusitas (X2)

Variabel religiusitas menggunakan data primer dengan skala interval. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Nganjuk Yos Sudarso. Variabel religiusitas mengacu pada teori Glock dan Stark. Indikator variabel religiusitas meliputi :

- a. Keyakinan
- b. Praktik ibadah
- c. Pengalaman keagamaan
- d. Pengetahuan agama
- e. Pengamalan nilai agama

3. Tingkat Pendapatan (X3)

Variabel tingkat pendapatan menggunakan data primer dengan skala interval. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Nganjuk Yos Sudarso. Variabel ini digunakan untuk mengetahui

kemampuan ekonomi nasabah dalam mengikuti program Tabungan Haji. Indikator variabel tingkat pendapatan meliputi :²⁶

- a. Pendapatan utama
- b. Pendapatan tambahan
- c. Stabilitas pendapatan
- d. Kemampuan memenuhi kebutuhan
- e. Kemampuan menyisihkan dana untuk tabungan haji

H. Sistematika Penelitian Skripsi

Dalam penelitian ini, sistematika pembahasan skripsi disajikan dalam VI BAB, sehingga sistematika pembahasannya sebagai berikut

1. BAB I :Pendahuluan

Bab ini berisi tentang hal yang melatar belakangi suatu penelitian ini dilakukan, indentifikasi masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan adanya penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penelitian penelitian

2. BAB II : Kajian pustaka

Bab ini memamparkan dekripsi teori, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

²⁶ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2020), hlm. 83.

3. BAB III : Metode penelitian

Bab ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan instrumen penelitian serta analisis data.

4. BAB IV : Hasil penelitian

Bab ini berisikan deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian yang merupakan bagian berisikan penjelasan secara rinci terkait hasil penelitian yang berisi deskripsi data serta pengujian hipotesis, serta temuan penelitian. Selanjutnya, hasil penelitian yang diperoleh akan digabungkan dengan teori yang didapatkan oleh peneliti sebagai sumber.

5. BAB V : Pembahasan

Pada Bab ini menjelaskan jawaban dari hipotesis yang diteliti dengan menjabarkan jawaban dari semua permasalahan yang ada pada rumusan masalah. Pada bab ini pembahasan diuraikan dengan beberapa teori serta penelitian terdahulu sebagai pendukung.

6. BAB VI : Penutup

Bab ini terdiri dari kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian dan memberikan saran.