

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah di Indonesia terus mengalami perkembangan signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.<sup>1</sup> Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang melarang unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Bank syariah berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali untuk tujuan produktif dan konsumtif yang halal.<sup>2</sup> Dalam hal ini, keberadaan bank syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memiliki misi sosial untuk meningkatkan kesejahteraan umat melalui produk dan layanan berbasis nilai-nilai Islam.

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan produk keuangan syariah, terutama yang berkaitan dengan ibadah haji. Setiap tahun, minat masyarakat Indonesia untuk menunaikan ibadah haji terus meningkat.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Keuis Hera Susanti, "Tantangan Dan Peluang Perbankan Syariah Di Era Digital Dalam Pertumbuhan Berkelanjutan," *Persya: Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2024): h. 19.

<sup>2</sup> Fatimah Tuzuhro and Noni Rozaini, "Perkembangan Perbankan Syariah Diindonesia," *Peka* 11, no. 2 (2023): h. 87.

<sup>3</sup> Indri Faadilah and Aldianto Ilham, "Prospek Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Dalam Era Digital," *Jurnal Kajian Dan Pengembangan Umat* 7, no. 1 (2024): h. 29.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pendaftar Haji Reguler Indonesia Tahun 2024**

| Keterangan            | Jumlah          |
|-----------------------|-----------------|
| Jumlah Pendaftar Haji | 5, 2 juta Orang |
| Waktu Tunggu Tercepat | 20 Tahun        |
| Waktu Tunggu Terlama  | 47 Tahun        |

Sumber : Kementerian Agama RI 2024

Berdasarkan data dari Kementerian Agama Republik Indonesia tahun 2024, jumlah pendaftar haji reguler mencapai lebih dari 5,2 juta orang, dengan waktu tunggu keberangkatan yang berkisar antara 20 hingga 47 tahun di beberapa provinsi. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki keinginan tinggi untuk menunaikan ibadah haji, sehingga memunculkan kebutuhan terhadap produk tabungan haji yang aman, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah.<sup>4</sup>

Bank Muamalat Indonesia sebagai pionir bank syariah pertama di Indonesia memiliki peran penting dalam memfasilitasi kebutuhan tersebut melalui produk tabungan *islamic banking* (IB) hijrah haji.<sup>5</sup> Produk ini dirancang untuk membantu masyarakat menyiapkan dana haji secara terencana dan terintegrasi langsung dengan sistem SISKOHAT Kementerian Agama, sehingga memudahkan proses pendaftaran haji.<sup>6</sup> Produk tabungan *islamic banking* (IB) hijrah haji menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*, di mana dana nasabah dijamin keamanannya dan nasabah tidak dikenakan potongan biaya

---

<sup>4</sup> Nisaul Khasanah, "Pengaruh Waiting List Dan Biaya Haji Terhadap Psikologi Generasi Z Pada Mahasiswa IAIN Metro Lampung Angkatan 2023-2024" (IAIN Metro, 2025), h. 32.

<sup>5</sup> Angga Riswanto, Dwi Sulastyawati, and Muhammad Abdul Ghoni, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup" (Institut Agama Islam Negeri Curup, 2020), h. 41.

<sup>6</sup> Fakhranisahla Khalisa Rosyad, "Analisis Determinasi Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2024): h. 1270.

administrasi. Akad *wadi'ah yad dhamanah* adalah akad penitipan dana di mana bank sebagai penerima titipan boleh memanfaatkan dana nasabah untuk kegiatan halal dengan tanggung jawab penuh atas keamanannya. Dana tetap milik nasabah dan harus dikembalikan kapan saja diminta, sementara bank boleh memberi bonus (*hibah*) secara sukarela tanpa perjanjian sebelumnya. Selain itu, nasabah berpeluang mendapatkan bonus (*hibah*) sesuai kebijakan bank. Keunggulan produk ini tidak hanya pada aspek syariahnya, tetapi juga pada kemudahan akses, fleksibilitas setoran, serta layanan digital melalui aplikasi Muamalat DIN yang mempermudah transaksi.<sup>7</sup>

Namun, di tengah potensi besar tersebut, fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di beberapa cabang Bank Muamalat, termasuk di Kantor Cabang (KC) Kota Bengkulu, belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti dan wawancara dengan pihak manajemen Bank Muamalat KC Bengkulu pada tahun 2025, diketahui bahwa antusiasme masyarakat untuk membuka tabungan *islamic banking* (IB) hijrah haji masih tergolong fluktuatif dan cenderung stagnan. Meskipun permintaan terhadap ibadah haji terus meningkat setiap tahun, sebagian masyarakat masih belum menjadikan tabungan haji sebagai prioritas perencanaan keuangan mereka. Kondisi ini mengindikasikan adanya potensi yang belum tergarap secara optimal serta menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan syariah tersebut.

---

<sup>7</sup> S Hikmah Jamil, "Peran Bank Muamalat KCP Sumenep Dalam Usaha Pemberdayaan Dan Pengembangan Ekonomi Di Kabupaten Sumenep," *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 3, no. 1 (2020): h. 105.

Faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan syariah umumnya mencakup aspek keagamaan, kepercayaan, promosi, kualitas pelayanan, dan pengetahuan produk.<sup>8</sup> Menurut Kotler dan Keller pada tahun 2016 dalam Renita, minat merupakan kecenderungan psikologis seseorang untuk memilih dan menggunakan suatu produk berdasarkan persepsi dan kepercayaannya terhadap manfaat produk tersebut.<sup>9</sup> Sedangkan menurut teori *Planned Behavior* dalam Raudathun, niat (*intention*) seseorang untuk melakukan suatu tindakan, termasuk dalam hal ini menabung, dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks tabungan haji, minat masyarakat dapat dipengaruhi oleh keyakinan agama, dorongan keluarga atau lingkungan sosial, serta kemudahan akses dan pelayanan dari bank.<sup>10</sup>

Dari hasil penelitian terdahulu yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan haji. Penelitian Devi Antika Sari menemukan bahwa motivasi, pengalaman, dan kepercayaan menjadi faktor internal yang dominan memengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di BPRS Metro Madani KCP Kalirejo, sedangkan pelayanan dan promosi menjadi faktor eksternal yang berpengaruh signifikan.<sup>11</sup> Penelitian oleh

---

<sup>8</sup> Muhammad Rizky Dwi Kurniawan and Fauzatul Laily Nisa, "Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Pilihan Nasabah Terhadap Tabungan Wadiah Pada Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 3 (2024): h. 68.

<sup>9</sup> Renita Maharani, Trisiladi Supriyanto, and Mira Rahmi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah:(Studi Kasus Di Bsi Ex Bsm)," *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): h. 136.

<sup>10</sup> Raudhatun Mulia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah PNS Menggunakan Produk Dana Pensiun Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 3 (2024): h. 340.

<sup>11</sup> Devi Antika Sari, "Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Haji (Studi Pada BPRS Metro Madani KC. Kalirejo Lampung Tengah)" (IAIN Metro, 2018), h. 27.

Fernando di Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa religiusitas dan kepercayaan menjadi variabel paling kuat dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji.<sup>12</sup> Sementara itu, studi oleh Aminah menemukan bahwa kualitas pelayanan dan digitalisasi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menabung untuk ibadah haji.<sup>13</sup>

Meskipun telah banyak penelitian dilakukan, masih terdapat *research gap* dalam faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah terhadap tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia, khususnya di Kota Bengkulu. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menyoroti bank syariah secara umum atau berfokus pada variabel tunggal seperti religiusitas atau pelayanan. Sementara itu, penelitian yang menganalisis secara komprehensif berbagai faktor baik internal seperti motivasi dan pengetahuan, maupun eksternal seperti promosi dan kepercayaan terhadap minat nasabah di Bank Muamalat KC Bengkulu masih sangat terbatas. Selain itu, kondisi pasca-pandemi dan meningkatnya kompetisi antar bank syariah juga menghadirkan dinamika baru yang belum banyak dikaji.<sup>14</sup>

Observasi awal peneliti di Bank Muamalat KC Bengkulu menunjukkan bahwa meskipun bank telah melakukan berbagai strategi promosi melalui kerja sama dengan Kementerian Agama, lembaga pendidikan, dan agen travel haji, efektivitas promosi tersebut belum

---

<sup>12</sup> Farid Fernando, "Analisis Minat Santri Pondok Pesantren Nuurusshoolihiin Metro Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah" (IAIN Metro, 2024), h. 45.

<sup>13</sup> Siti Aminah, Pefriyadi Pefriyadi, and Hendrianto Hendrianto, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syari'ah Melalui Byond By Bsi" (INTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP, 2025), h. 21.

<sup>14</sup> Nurul Riska Fatia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Indonesia." (UIN KH ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN, 2024), h. 55.

sepenuhnya berhasil menarik minat masyarakat. Banyak calon nasabah yang masih kurang memahami manfaat produk tabungan *islamic banking* (IB) hijrah haji, serta menganggap proses administrasinya cukup rumit dibandingkan tabungan konvensional. Selain itu, meningkatnya persaingan dari bank syariah lain yang menawarkan fitur digital lebih lengkap juga menjadi tantangan tersendiri bagi Bank Muamalat dalam mempertahankan minat nasabah.

Fenomena ini menegaskan pentingnya analisis yang lebih mendalam terhadap berbagai faktor yang memengaruhi minat nasabah, baik dari aspek internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi religiusitas, motivasi, dan kepercayaan nasabah terhadap sistem syariah, sedangkan faktor eksternal meliputi promosi, pelayanan, serta kemudahan akses produk. Pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor tersebut sangat penting agar pihak Bank Muamalat dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, relevan, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat Bengkulu yang religius namun cenderung pragmatis dalam memilih produk keuangan.

Berdasarkan fenomena, teori, dan hasil observasi awal tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat penelitian dengan berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Tabungan *Islamic Banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu”**.

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, agar penelitian tidak bias dan melebar keluar dari topik pembahasan maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan *islamic banking* (IB) hijrah haji di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kota Bengkulu.
2. Faktor-faktor yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, sebagaimana dikemukakan dalam teori perilaku konsumen.
3. Subjek penelitian dibatasi pada nasabah aktif maupun calon nasabah yang memiliki minat terhadap produk tabungan *islamic banking* (IB) hijrah haji di Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu selama periode penelitian tahun 2025.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan Isl *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu?

4. Apakah faktor psikologis berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu?
5. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka peneliti menetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah budaya berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui apakah faktor sosial berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu.
3. Untuk mengetahui apakah faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu.
4. Untuk mengetahui apakah faktor psikologis berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu.

5. Untuk mengetahui apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan *islamic banking* (IB) Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan pengetahuan di bidang perbankan syariah, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan minat nasabah terhadap produk tabungan haji. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai penerapan teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang mencakup faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dalam konteks lembaga keuangan syariah.

### **2. Kegunaan Praktis**

- a. Bagi Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan *islamic banking* (IB) hijrah haji.
- b. Bagi masyarakat atau calon nasabah, penelitian ini dapat memberikan informasi dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai manfaat, keunggulan, dan mekanisme tabungan *islamic banking* (IB) hijrah haji, sehingga dapat mendorong

kesadaran menabung untuk persiapan ibadah haji secara lebih terencana.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi empiris dalam mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk perbankan syariah di wilayah atau konteks yang berbeda.

## **F. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Iin Emy Prastiwi dan Muhammad Naufal Zuhdi pada tahun 2022 dalam jurnal internasional yang berjudul "*Analysis Of Factors Affecting Interest In Saving In Islamic Bank: Knowledge, Social Environment And Psychological Factors*". Kurangnya pengetahuan calon nasabah tentang seluk-beluk sistem perbankan syariah berdampak pada perubahan minat menabung, yang awalnya berniat menabung di bank syariah kemudian beralih ke bank konvensional. Sejauh ini, calon nasabah beranggapan bahwa menabung di bank konvensional lebih mudah daripada di bank syariah, karena bank syariah sendiri memprioritaskan halal dari semua transaksi yang dilakukan dan menjauhkan diri dari praktik riba. Inilah yang menyebabkan perubahan pola pikir calon nasabah dalam mengambil keputusan tentang di mana mereka akan mengumpulkan dana. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh pengetahuan, lingkungan sosial dan psikologis mahasiswa terhadap minat menabung di bank syariah. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada lulusan Pesantren Al Muayyad. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, faktor sosial dan psikologis

secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah, hasil parsial menunjukkan bahwa pengetahuan dan psikologi memiliki pengaruh signifikan, sedangkan lingkungan sosial tidak memiliki pengaruh signifikan.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah sama-sama meneliti faktor yang memengaruhi minat menabung di bank syariah, terutama pengaruh pengetahuan dan psikologis nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini fokus pada mahasiswa secara umum, sedangkan penelitian saya khusus pada nasabah produk Hijrah Haji di Bank Muamalat Kota Bengkulu, dan pengaruh lingkungan sosial berbeda signifikan.

2. Penelitian Lika Annisa pada tahun 2021 dalam jurnal yang berjudul “Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara parsial dan simultan pengaruh dari variabel faktor kualitas pelayanan, faktor sosial, faktor promosi dan faktor pengetahuan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Aceh. Berdasarkan 122 kuesioner yang disebar kepada responden, dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu jenis *simple random sampling* dan dianalisis menggunakan model regresi linear berganda, didapatkan hasil penelitian yang menunjukkan

---

<sup>15</sup> Iin Emy Prastiwi and Muhammad Naufal Zuhdi, “Analysis Of Factors Affecting Interest In Saving In Islamic Bank : Knowledge , Social Environment And” 2022, no. 2 (2022): h. 85.

bahwa kualitas pelayanan, sosial, promosi, dan pengetahuan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Aceh.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah sama-sama meneliti faktor-faktor yang memengaruhi atau mendorong minat nasabah terhadap produk tabungan haji pada bank berbasis syariah dengan menggunakan pendekatan perilaku konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Lika Annisa berfokus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Aceh dan menitikberatkan pada faktor-faktor pendorong seperti religiusitas, pelayanan, dan promosi, sementara penelitian saya berfokus pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu dengan analisis yang lebih luas mencakup faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dalam memengaruhi minat nasabah pada produk Tabungan *Islamic Banking* (IB) Hijrah Haji.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Adinda Jeni Arita pada tahun 2023 dalam skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Antasari Bandar Lampung)”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Penelitian dilakukan pada nasabah tabungan haji Bank Muamalat KCP Antasari

---

<sup>16</sup> Nurma Sari, Lika Annisa, and Eka Nurlina, “Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh,” *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* (2021): h. 141.

Bandar Lampung. Sampel penelitian berjumlah responden dengan menggunakan teknik Non probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui penyebaran kuesioner secara online dan observasi. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) dengan software SmartPLS untuk pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah tabungan haji dalam memilih lembaga keuangan syariah. Lima faktor yang terbentuk yaitu: nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, nilai kondisional, dan nilai penasaran. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara nilai fungsional, nilai emosional dan nilai penasaran terhadap keputusan nasabah pada Bank Muamalat KCP Antasari Bandar Lampung. Sedangkan nilai sosial dan nilai kondisional tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.<sup>17</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ernita Batubara pada tahun 2020 dalam jurnal yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan)”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan sampel 100 nasabah dengan teknik Aksidental. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS

---

<sup>17</sup> Jeni Arita Adinda, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Antasari Bandar Lampung)” (UIN Raden Intan Lampung, 2023), h. 3.

versi 23. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh variabel produk dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,1$ . Terdapat pengaruh variabel produk, pelayanan, dan promosi dengan minat nasabah tabungan haji pada PT. BMI, Tbk Cabang Padangsidempuan, dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,1$ .<sup>18</sup>

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ainun Azizah pada tahun 2019 dalam jurnal yang berjudul “Determinan Keputusan Nasabah Memilih Tabungan iB Hijrah”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dengan sumber data yaitu primer. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner), dengan jumlah sampel 78 nasabah. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial (uji t) menyatakan bahwa pengetahuan memiliki  $t < (-1,513 < 1,665)$  artinya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Kualitas produk memiliki  $t > (4,197 > 1,665)$  artinya berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Promosi memiliki  $t > (3,996 > 1,665)$  artinya berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian secara simultan (uji F) menyatakan bahwa pengetahuan,

---

<sup>18</sup> Ernita Batubara, “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan Haji (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan)” (IAIN Padangsidempuan, 2020), h 5.

kualitas produk dan promosi memiliki  $> (38,250 > 2,16)$  dan tingkat signifikansi yang diperoleh  $(0,000 < 0,05)$  artinya pengetahuan, kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan R Square sebesar 61,4% variabel, dan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan iB hijrah. Sedangkan 38,6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.<sup>19</sup>

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nadia Nursarah pada tahun 2025 dalam skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCU Lampung Periode 2019-2023)”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan menggunakan data kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah model regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling dan pengujian data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dengan tingkat signifikansi 5%, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini variabel faktor produk memiliki nilai thitung sebesar  $-1,149 <$  dari ttabel yang memiliki nilai sebesar 1,985 dan nilai signifikannya sebesar  $0,235 > 0,05$ , sehingga faktor produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah haji dalam memilih tabungan haji. Berdasarkan hasil dari variabel

---

<sup>19</sup> Ainun Azizah, “Determinan Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Hijrah” (IAIN Padangsidempuan, 2019), h. 3.

faktor promosi memiliki nilai thitung sebesar  $3,765 >$  dari ttabel yang memiliki nilai sebesar 1,985 dan nilai signifikannya sebesar  $0,001 < 0,05$ , sehingga faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah haji dalam memilih tabungan haji. Berdasarkan hasil dari variabel faktor pelayanan memiliki nilai thitung sebesar  $5,771 >$  dari ttabel yang memiliki nilai sebesar 1,985 dan nilai signifikannya sebesar  $0,001 < 0,05$ , sehingga faktor pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah haji dalam memilih tabungan haji.<sup>20</sup>

#### **G. Sistematika Penulisan**

Pembahasan mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Pada Tabungan *Islamic Banking* (IB) Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Indonesia KC Kota Bengkulu” Terdiri dari tiga bab dan di setiap bab terdiri dari sub bab masing-masing yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN** : Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat serta sistematika penulisan.

**BAB II KAJIAN TEORI** : Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang dapat menjadi landasan teoritis dalam melakukan penelitian, kerangka pikiran.

**BAB III METODE PENELITIAN** : Dalam bab ini berisikan tentang metodologi penelitian yaitu : jenis penelitian, jenis data,

---

<sup>20</sup> Nursarah Nadia, “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCU Lampung Periode 2019-2023)” (UIN Raden Intan Lampung, 2025), h. 4.

teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik pengolahan data serta teknik analisis data.

