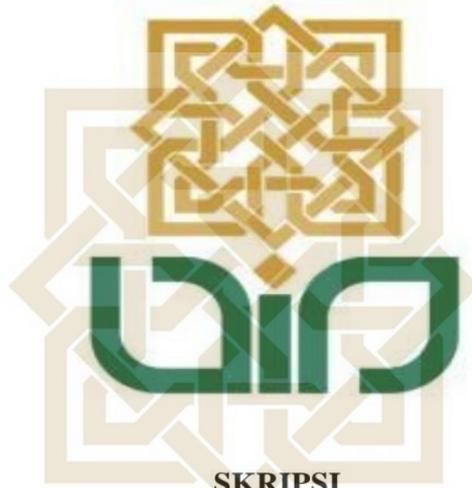


**PENGARUH PENDAPATAN, KEPERCAYAAN, RISIKO, DAN
PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN HAJI TERHADAP
MINAT MENJADI NASABAH TABUNGAN HAJI (STUDI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

DISUSUN OLEH :

NUR MAULIDA YULIANTI

NIM. 16830013

PEMBIMBING :

MUHFIATUN, S.E.I., M.E.I

NIP. 19890919 201503 2 009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN
KALIJAGA YOGYAKARTA**

2020

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nur Maulida Yulianti

NIM : 16830013

Judul Skripsi : **“Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Risiko, dan Pengetahuan Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)”**.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Jurusan atau Program Studi Keuangan Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu ekonomi Islam .

Dengan ini kami mengharap agar skripsi / tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 25 Juli 2020

Pembimbing,



MUHFATUN,S.E.I., M.E.I
NIP. 19890919 201503 2 009

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nur Maulida Yulianti

NIM : 16830013

Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan Bahwa Skripsi yang Berjudul **“Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Risiko, dan Pengetahuan Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau pun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam bodynote dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 23 Desember 2020

Penyusun,



Nur Maulida Yulianti
NIM.16830013

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Maulida Yulianti
NIM : 16830013
Program Studi : Manajemen Keuangan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-eksklusif Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Risiko, dan Pengetahuan Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)”**.

Beserta perangkat yang ada Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 14 Juli 2020
Penyusun



Nur Maulida Yulianti
16830013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-80/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2021

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PENDAPATAN, KEPERCAYAAN, RISIKO, DAN PENGETAHUAN
PRODUK TABUNGAN HAJI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH
TABUNGAN HAJI (STUDI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NUR MAULIDA YULIANTI
Nomor Induk Mahasiswa : 16830013
Telah diujikan pada : Kamis, 07 Januari 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

 Ketua Sidang

Muhtiatun, S.E.I., M.E.I.
SIGNED

Valid ID: 800679a250199



Penguji I

Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 800679a250199



Penguji II

Sunarsih, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 800679a250199

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 07 Januari 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afidawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 800679a250199

MOTTO

“JADIKANLAH HAL YANG TIDAK ADA ITU MENJADI ADA”

-Uma, 2020



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Saya Persembahkan Kepada:

“Kedua orang tua saya dan adik saya”

Bapak Triyadi dan Ibu Siti Chotijah

Adik saya Layli Putri Istijabah

(Terimakasih untuk semua cinta, dukungan, doa, materi, nasihat dan juga semangat yang diberikan dengan tulus dan tak berujung, saya bukan siapa-siapa tanpa mereka)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang digunakan dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	DZal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye

ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Dza'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbuttah

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh katasandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	'illah
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لنشكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kasih sayang serta karunia-Nya kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya sampai akhir zaman.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Untuk itu, penyusun dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., MA, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak H.M. Yazid Afandi, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Muhfiatun, S.E.I., M.E.I selaku pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberi masukan, kritik, saran, dan motivasi dalam menyempurnakan penelitian ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dengan tulus ikhlas selama kuliah, semoga diberikan keberkahan selalu oleh Allah SWT.

6. Seluruh Staff Tata Usaha Program Studi dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua Orang Tua, Bapak Triyadi untuk semua doa, kasih sayang, cinta, semangat, dan dukungan yang tak berujung serta Ibu Siti Chotijah untuk segala cinta, kasih sayang segala kesabaran, keikhlasan, kekuatan dan ketabahan yang telah diberikan, sehingga dapat memberikan pelajaran hidup untuk anak-anaknya.
8. Adik saya, Layli Putri Istijabah yang selalu memberikan semangat, mendoakan, menguatkan juga memberikan motivasi serta menularkan semangatnya.
9. Untuk Uti dan Simbah Putri saya yang seperti orang tua kedua untuk saya.
10. Adik saya yang paling kecil, Talita Maburrah yang selalu menghibur saya disaat saya mengerjakan skripsi ini.
11. Keluarga besar saya Bani H.Khambali yang selalu mendukung semua yang saya lakukan.
12. Special for someone Muhammad Fendi Kurniawan selalu menemani, menunggu, mendukung dan selalu memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini.
13. Teruntuk keluarga pacar saya, bapak Suhartoyo dan Ibu Becti, MasLois dan Mbak Eva, Mada dan Alka, terimakasih sudah menjadi semangat saya selama mengerjakan tugas akhir ini. Dan terimakasih kepada bapak ibu mas Fendi karena sudah menjadi orangtua kedua saya
14. 4B, Ella, Pandan, dan Novia yang juga memberikan semangat serta

motivasi. Terutama untuk Novia teman sejak SMP-kuliah bareng, yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendampingi saya dalam pembuatan skripsi ini.

15. Erika putri, teman seperjuangan ikampus tercinta yang selalu memberikan semangat untuk saya menyelesaikan skripsi.
16. Bundahara, Hananda, Linda, Ika, dan Nindya teman-teman yang saling membantu kelancaran tugas dan segala urusan perkuliahan dari semester pertama hingga saat ini.
17. Karyawan di toko “TRIJAYA” yang membantu saat saya mengalami kesulitan dalam mengedit.
18. Teman-teman KKN Tematik 99 kanigoro, yang telah memberikan banyak pengalaman selama KKN, mengajarkan hidup mandiri, berhemat dan juga kebersamaan. Terutama untuk Nada dan Lahiq yang selalu menghibur saya selama mengerjakan skripsi.
19. Geng koplo, Bang Ocid, Randi, Om Hanif, Hayyin, Helmi, Fadel, Rizal, Humar, Helmi, dan Hayyin yang selalu memberikan hiburan disela- sela kepenatan semester tua.
20. Keluarga besar MKS 2016, yang sama-sama berjuang memperjuangkan gelar sarjana, saling membantu dan juga memberi semangat satu sama lain, saling bertukar informasi serta pemikiran. Semoga kita semua bisa cepat menyelesaikan tugas kita sebagai mahasiswa.
21. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Akhirnya, penulis hanya dapat

mendoakan semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka semua selama ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan dan kemajuan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 25 Juli 2020

Penyusun



Nur Maulida Yulianti

16830013



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERNYATAA KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah.....	8
C.Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D.Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A.Deskripsi Teori.....	11
B. Telaah Pustaka.....	22
C.Pengembangan Hipotesis	25
D.Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A.Jenis dan Sumber Data.....	30
B.Populasi dan Sampel	30
C.Teknik Pengumpulan Data.....	32
D.Karateristik Responden.....	32

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
F. Analisis Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	42
B. Hasil penelitian	50
C. Pembahasan Penelitian	60
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Keterbatasan	67
C. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	lxix
CURICULUM VITE	xxiii



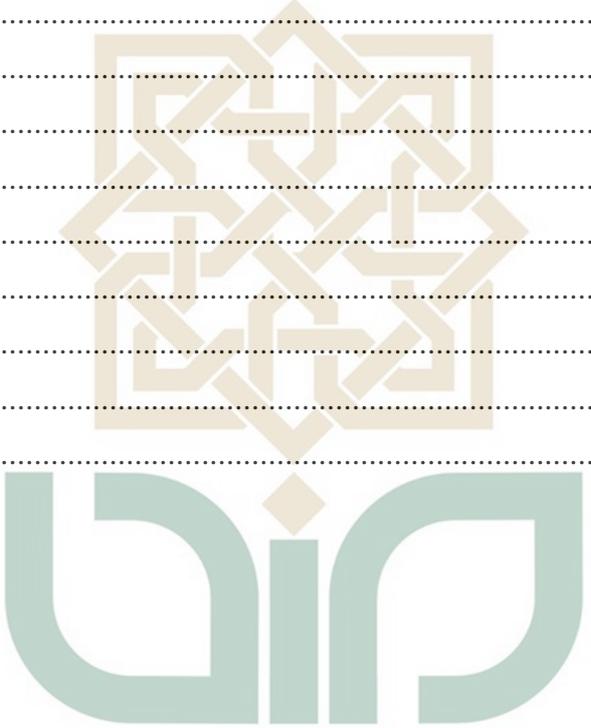
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	53
Gambar 4. 2	54
Gambar 4. 3	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....	28
Tabel 3. 1.....	32
Tabel 3. 2.....	33
Tabel 3. 3.....	34
Tabel 3. 4.....	37
Tabel 4. 1.....	44
Tabel 4. 2.....	51
Tabel 4. 3.....	54
Tabel 4. 4.....	55
Tabel 4. 5.....	57
Tabel 4. 6.....	57
Tabel 4. 7.....	58
Tabel 4. 8.....	60



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pendapatan, kepercayaan, risiko, dan pengetahuan produk tabungan haji terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji (studi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan dari instrumen kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang sudah mengambil mata kuliah Fiqh Muamalah sebagai objek penelitian. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 250 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang sudah mengambil mata kuliah Fiqh Muamalah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS 15.

Berdasarkan hasil uji ANOVA menunjukkan F hitung sebesar 45,417 dengan probabilitas sebesar $0.000 < 0.05$ maka, secara simultan variabel pendapatan, kepercayaan, risiko, dan pengetahuan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah. Dan hasil secara parsial menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah, variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dan variabel pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji (studi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga). Namun variabel Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah. Karena nilai signifikansi variabel risiko sebesar $0,061 > 0,05$.

Kata Kunci: *pendapatan, kepercayaan, risiko, pengetahuan produk dan Minat Nasabah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to examine Effect of Income, Trust, Risk, and Knowledge of Hajj Savings Products On The Interest Of Becoming a Hajj Savings Customer (Student of The Faculty Of Economics and Business of Islamic University, Sunan Kalijaga State Islamic University). This research was conducted using primary data collected from the questionnaire instrument to Islamic Economics and Business Faculty students of UIN Sunan Kalijaga who have taken the Fiqh Muamalah course as research objects. The samples in this study were 250 Islamic Economics and Business Faculty students of UIN Sunan Kalijaga who had taken the Fiqh Muamalah course. is multiple linear regression using SPSS 15.

Based on ANOVA test results showed an F count of 45.417 with a probability of $0.000 < 0.05$, simultaneously, income, trust, risk, and product knowledge variables simultaneously influence customer interest. sil partially shows that the income variable has a significant positive effect on customer interest, the trust variable has a significant positive effect on customer interest and the product knowledge variable has a significant positive effect on interest in becoming a hajj savings customer (student study at the Faculty of Economics and Islamic Business at Sunan Kalijaga State Islamic University. However, the risk variable does not significantly influence customer interest variables. Because the significance value of the risk variable is $0.061 > 0.05$.

Keywords: *income, trust, risk, product knowledge and customer inte*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ibadah haji merupakan rukun Islam yang kelima yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada semua umat Islam yang biasa disebut Muslim baik Wanita maupun Pria yang mampu mengerjakannya. Beribadah haji merupakan impian umat beragama Islam di seluruh dunia. Mulai dari kalangan menengah ke atas sampai menengah ke bawah perekonomiannya. Namun biaya seringkali menjadi kendala bagi nasabah. Ibadah haji bertujuan untuk memanasikan ketaatan beragama Islam dan sebagai tanda terima kasih atas rizky yang telah diberikan oleh Allah SWT. Ibadah haji dimulai dari 1 Syawal sampai tanggal 13 Dul Hijjah (Bulan Besar). Ibadah haji juga diatur dalam UU No.34 Tahun 2009 yang sudah ditetapkan pemerintah pengganti UU No.02 Tahun 2009 yang berisi tentang perubahan atas UU No.13 Tahun 2018 yang berisi tentang pelaksanaan ibadah haji. (Projodikoro, 1978)

Haji sendiri memiliki arti mengunjungi Ka`bah (*Baitullah*) di Makkah dalam waktu yang tertentu, kemudian disertai dengan perbuatan-perbuatan yang tertentu juga. Menurut M. Bagir Al-Hasby, ibadah haji merupakan kegiatan mengunjungi Ka`bah dan Kota Makkah untuk melakukan ibadah *thawaf*, *sa`i*, *wukuf* karena melaksanakan perintah Allah dan mencari Ridha Allah.(Zain, 2017)

Dalam Al-Qur'an kewajiban untuk beribadah haji ditulis dalam Surat

Al-Imran ayat 97 :

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ
إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِ

“mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke *Baitullah*. Barangsiapa yang mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.”¹

Pada dasarnya, beribadah haji merupakan hal yang wajib bagi semua umat beragama Islam bagi yang mampu. Jika sudah ada tanda panggilan beribadah haji, maka segerakanlah untuk berhaji, dan untuk sementara tinggalkanlah urusan dunia. Biaya untuk berhaji relatif cukup mahal, maka Allah hanya mewajibkan beribadah haji bagi yang mampu dan tidak hanya secara ekonomi, namun secara rohani maupun jasmani. (Ritonga, 2013)

Ibadah haji bisa dilakukan oleh siapapun umat yang beragama Islam tidak memandang usia berapapun itu, termasuk mahasiswa pun bisa melakukan ibadah haji dengan pendapatan mereka sendiri yang mereka peroleh dari uang saku atau beasiswa (bagi yang mendapatkan beasiswa) yang mereka tabung di lembaga keuangan baik bank maupun non bank. Namun mahasiswa juga harus menerapkan pembelajaran ekonomi yang sudah diajarkan dengan memperhatikan prioritas tingkat kebutuhan yang mereka butuhkan supaya bisa membedakan uang untuk

¹ Surat Al-Imran Ayat 97

memenuhi kebutuhan dan uang yang harus disetor ditabungkan haji guna untuk beribadah haji. (Hutauruk, 2009)

Indonesia merupakan Negara yang memiliki penduduk dengan mayoritas penduduknya beragama Islam. Maka hal ini menjadi alasan banyaknya lembaga keuangan membuka unit usaha berbasis syariah salah satu produknya yakni produk tabungan haji. Pada umumnya pembiayaan ibadah haji menggunakan prinsip *Qard wal ijarah*. Biaya untuk talangan berhaji adalah pembiayaan dengan cara akad *qard* ataupun *ijarah* untuk calon jamaah haji untuk mendapatkan kursi berhaji. (Maulidizen, 2018)

Kepercayaan konsumen harus diperhatikan oleh lembaga yang menawarkan produk Tabungan Haji. Sebab kepercayaan konsumen merupakan suatu dorongan dukungan untuk meraih hal-hal yang diinginkan dan kepercayaan konsumen juga akan memberikn keputusan dalam hal pembelian yang akan ditetapkan seperti contoh memilih produk tabungan haji ini. Karena melalui kepercayaan ini maka akan menimbulkan minat seseorang untuk melakukan suatu transaksi yang akan dilakukan dan akan memunculkan sebuah kepuasan nantinya. (Dewantara, 2007)

Nasabah harus pintar mencari kelembagaan keuangan yang terpercaya. Tidak hanya nasabah yang harus teliti dalam memilih produk tabungan haji, namun juga kelembagaan keuangan yang menawarkan produk tabungan haji harus membuat nasabah percaya terhadap produk tabungan haji yang mereka tawarkan. Karena kepercayaan calon nasabah merupakan dukungan calon nasabah kepada usaha yang dilakukan dami mencapai sesuatu hal yang diinginkan dan kepercayaan calon nasabah nantinya akan memberi dampak yang terkait dengan keputsan nasabah

untuk menjadi nasabah tabungan haji tersebut atau memilih produk tabungan haji yang lainnya yang menawarkan produk tabungan haji yang lebih menguntungkan bagi calon nasabah. Faktor yang menjadi dasar terciptanya kepercayaan dalam suatu lembaga keuangan baik bank maupun non bank adalah persepsi kecakapan dan kejujuran dalam kelembagaan tersebut. Kepercayaan juga menjadi faktor terbentknya hubungan jangka panjang antara suatu lembaga baik bank maupun non bank yang menawarkan produk tabungan haji tersebut dengan nasabah. (Laely, 2016)

Upaya kelembagaan keuangan yang menawarkan produk tabungan haji untuk menciptakan kepuasan pelanggan maka memberikan kepercayaan secara langsung. Karena kepuasan nasabah dapat dilihat melalui produk yang mereka konsumsi. Setiap calon nasabah pasti memiliki tingkat kepercayaan yang berbeda-beda, maka suatu kelembagaan keuangan yang menawarkan produk tabungan haji harus pintar membuat calon nasabah percaya. Calon nasabah juga pasti akan melihat keuntungan dan fasilitas apa saja yang akan diterima oleh mereka. (Laely, 2016)

Untuk para calon nasabah tidak hanya memperhatikan produk tabungan haji yang ditawarkan oleh lembaga keuangan bank maupun non bank, namun juga harus memperhatikan risiko apa yang akan dihadapi guna untuk mengantisipasi terjadi hal yang tidak diinginkan. Karena risiko sendiri itu adalah suatu keadaan yang tidak pasti, dimana jika terjadi suatu keadaan yang tidak diinginkan dapat menimbulkan kerugian. Risiko selalu datang kepada setiap individu maupun berbagai instusi, termasuk organisasi bisnis. Risiko merupakan keadaan yang tidak pasti dengan kosekuensi yang ada, Prof Dr.Ir. Soemarno,M.S. mengatakan bahwa risiko

merupakan keadaan yang akan terjadi dikarenakan sesuatu yang tidak pasti dengan konsekuensi menguntungkan dan mungkin tidak menguntungkan. (Wordpress, 2020)

Risiko juga menjadi faktor yang memengaruhi minat calon nasabah untuk menabung di tabungan haji yang ditawarkan oleh suatu lembaga keuangan bank maupun non bank. Para calon nasabah harus mengetahui risiko yang akan dihadapi jika memilih suatu produk tabungan haji supaya bisa mengantisipasi hal-hal yang tidak diharapkan. Calon nasabah harus rajin-rajin mencari informasi tentang produk tabungan haji yang sudah dipilihnya nanti. Risiko akan terjadi lebih tinggi ketika sedikit tersedianya pengetahuan mengenai produk, produk tersebut meliputi produk baru, produk teknologi kompleks, kepercayaan konsumen rendah mengenai mengulas suatu produk, harga produk mahal, dan produk penting untuk konsumen. (Ferista, 2014)

Calon nasabah wajib mengetahui tentang produk tabungan haji yang akan dipilih. Produk merupakan hal yang ditawarkan untuk mencari perhatian, dibeli, memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk termasuk objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide. Produk merupakan hal yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar. (Nurlelaa, 2016)

Calon jamaah haji setahun sebelum keberangkatan nantinya jika uang mereka belum mencukupi maka diminta untuk segera mencukupi uang haji tersebut. Sehingga saat keberangkatan semua biaya sudah harus terpenuhi tanpa ada kekurangan dalam hal biaya. Namun jika uang haji sudah mencukupi untuk

berangkat haji, calon jamaah haji tetap diperbolehkan untuk terus menabung di lembaga keuangan atau perbankan yang mereka pilih. Karena uang tersebut nantinya bisa digunakan untuk uang saku para calon jamaah selama beribadah haji. Pihak lembaga keuangan atau perbankan akan mendampingi calon jamaah haji sampai ibadah haji mereka selesai dan para jamaah haji pulang ke tanah air dengan selamat. Jika terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan pada saat ibadah haji berlangsung, seperti jamaah haji meninggal dunia atau sakit dan lain-lain, maka pihak lembaga keuangan atau perbankan akan bertanggung jawab dan mengurus masalah tersebut. (Simulasi Kredit, 2009-2013)

Dipenelitian kali ini, peneliti menggunakan produk tabungan haji dari Pegadaian Syariah. Produk tabungan haji di Pegadaian Syariah bernama pembiayaan Arrum Haji. Nasabah akan diminta untuk membuka rekening tabungan haji hanya dengan jaminan emas setara 3,5 gram. Kemudian melakukan akad perjanjian dengan Pegadaian Syariah dan menandatangani berkas, maka Pegadaian akan menemani dari mendaftar haji hingga mendapat porsi haji. Dengan membuka rekening, maka nasabah akan mendapatkan kursi untuk melaksanakan ibadah haji. Pengembalian pinjaman dengan model diansur setiap bulan 12, 18, 24, atau 36 bulan. Selama nasabah belum melakukan pelunasan maka angsuran tersebut sudah termasuk biaya untuk perawatan dan penjagaan barang-barang jaminan nasabah. Syarat untuk membuka rekening yakni foto copy KTP, jaminan berupa emas, dan Kartu Keluarga. (Syariah, 2018)

Arrum Haji memiliki keunggulan yang menjadi daya tarik, keunggulan tersebut adalah nasabah akan mendapatkan tabungan haji sekaligus mendapatkan

kursi untuk berangkat beribadah haji. Barang jaminan yang berupa emas dan dokumen haji yang dimiliki nasabah juga akan aman di Pegadaian Syariah. Emas yang dijamin dapat dipergunakan untuk pelunasan biaya haji. Arrum haji juga diawasi oleh OJK, Pegadaian Syariah merupakan BUMN yang membuka lini bisnis syariah. Maka skema tabungan haji di Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan syariah dan sudah patuh terhadap hukum positif di Negara Kesatuan Republik Indonesia dan menjamin jaminan yang menjadi diberikan sebagai barang jaminan. Pada saat akad Arrum Haji, maka artinya telah membuka tabungan haji dan mendapatkan nomor porsi untuk keberangkatan haji. (Syariah, 2018)

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, peneliti ingin mengetahui pendapatan, tingkat kepercayaan, risiko, dan pengetahuan produk tabungan haji terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji. Karena melihat di Indonesia sendiri setiap tahunnya calon jamaah haji semakin bertambah bahkan sampai ada penambahan kuota untuk calon jamaah haji Indonesia. Sehingga peneliti merasa penelitian ini sangat perlu dilakukan agar kita dapat mengetahui apakah pendapatan, tingkat kepercayaan, risiko, dan pengetahuan tentang tabungan haji itu berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji. Dengan demikian penelitian mengambil judul mengenai **“Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Risiko, dan Pengetahuan Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dipenelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap minat menjadi nasabah Tabungan Haji?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah Tabungan Haji?
3. Bagaimana pengaruh risiko terhadap minat menjadi nasabah Tabungan Haji?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk tabungan haji terhadap minat menjadi nasabah Tabungan Haji?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dari rumsan masalah diatas, tujuan penelitian yang akan diperoleh sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui apakah pendapatan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Tabungan Haji
- 2) Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Tabungan Haji.
- 3) Untuk mengetahui apakah risiko berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Tabungan Haji.
- 4) Untuk mengetahui apakah pengetahuan produk tabungan haji berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Tabungan Haji.

Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk Akademisi, diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat yang teoritis dan memberikan sumbangan literatur yang membahas tentang tabungan haji. Dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran konsep untuk mengetahui faktor yang

memengaruhi minat menjadi nasabah tabungan haji.

2. Untuk peneliti, diharapkan penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan khusus bidang studi tabungan haji dan menjadi sasaran untuk memperluas pengetahuan yang akan didapatkan selama proses perkuliahan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan referensi tambahan untuk peneliti selanjutnya yang khusus membahas seputar penelitian ini.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti materi yang akan dibahas pada penelitian ini, penulis memaparkan garis besar tiap bab dibawah ini :

Bab satu yang merupakan pendahuluan yang berisi tentang bagai mana latar belakang yang secara umum tentang ibadah haji dan produk tabungan haji dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, ada juga pokok permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab dua yang berisi tentang landasan teori tentang Theory of Planned Behavior, perilaku konsumen, pendapatan, kepercayaan, risiko, pengetahuan produk tabungan haji yang dapat menunjang penelitian digunakan sebagai landasan didalam berfikir, ada telaah pustaka, kerangka pemikiran didalam penelitian dan pengembangan hipotesis.

Bab tiga berisi tentang metodologi yang digunakan penelitian ini, ada populasi dan sampel, dan pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan metode analisis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan uji asumsi klasik.

Bab empat yang berisi tentang analisis data dan pembahasan, pada bab ini

akan menjabarkan tentang gambaran umum ibadah haji dan produk tabungan haji, menguraikan deskripsi objek penelitian yang terakhir yaitu analisis dan interpretasi hasil dari perhitungan metode yang digunakan dengan menggunakan analisa data yang berupa uji asumsi klasik.

Bab lima berisi tentang penutup yang berisi kesimpulan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan saran dari hasil analisis yang berkaitan dengan penelitian. Selanjutnya ada daftar pustaka, yang berisi sumber-sumber rujukan yang digunakan di dalam penelitian ini. Yang terakhir yaitu lampiran, yang berisi tentang lampiran data-data dan juga hasil uji data yang digunakan pada penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Theory of Planned Behavior (Teori Perilaku Terencana)

Theory of Planned Behavior awalnya dinamai *Theory of Reasoned Action* (TRA), selanjutnya teori tersebut direvisi dan perluas oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Pada tahun 1980 teori tersebut digunakan untuk mempelajari perilaku manusia. Kemudian pada tahun 1988, hal lain ditambahkan pada model *reasoned action* yang sudah ada tersebut dan kemudian dinamai *Theory of Planned Behavior* (TPB), untuk mengatasi kekurangan yang ditemukan oleh Ajzen dan Fishbein melalui penelitian-penelitian mereka dengan menggunakan TRA. (Zakarija Achmat, 2010)

Theory of Planned Behavior bertujuan untuk meramalkan dan memahami pengaruh motivasional terhadap perilaku yang bukan dari kemauan individu. Teori ini menyediakan kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. *Theory of Planned Behavior* merupakan penentu terpenting perilaku yakni intensi guna berperilaku. Intensi individu guna menampilkan perilaku adalah kombinasi dari sikap dan norma subjektif. Sikap individu meliputi kepercayaan terhadap perilaku, evaluasi hasil perilaku, norma subjektif, motivasi untuk patuh dan kepercayaan normatif. (Azwar, 1998)

Theory of Reasoned Action berhasil saat diterapkan pada perilaku yang di bawah kendali individu sendiri. Jika perilaku tidak sepenuhnya di bawah kemauan individu meski sudah termotivasi oleh sikap dan norma subjektifnya, maka itu tidak

akan secara nyata menunjukkan perilaku tersebut. Tetapi sebaliknya di *Theory of Planned Behavior* dikembangkan memang khusus untuk memprediksi perilaku yang memang sepenuhnya tidak di bawah kendali individu. (Azwar, 1998)

Pada umumnya perilaku manusia tidak hanya ditinjau dari sikap manusia saja, namun ada beberapa faktor lainnya seperti internal dan eksternal dari masa lalu, saat ini, dan masa yang akan datang yang pasti memengaruhi perilaku manusia. Menurut Kurt Lewin (1951) suatu model hubungan perilaku yang menyatakan bahwa perilaku merupakan fungsi dari karakteristik individu dan lingkungan. Karakteristik individu tersebut berinteraksi dengan faktor-faktor dari lingkungan. Kemudian secara timbal balik, lingkungan akan memengaruhi sikap dan perilaku. Faktor lingkungan juga mempunyai kekuatan yang besar dalam menentukan perilaku, maka dari itu faktor lingkungan dijadikan prediksi perilaku lebih kompleks.

2. Perilaku Konsumen

David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta (1979) mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu yang melibatkan fisik dalam proses mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan barang dan jasa. Perilaku konsumen adalah interaksi yang dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan peristiwa yang ada disekitar kita, dimana manusia melakukan aspek kehidupan mereka menurut

J. Paul Petet.

Engel et al (2006) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang terlibat dalam perolehan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa.

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperhatikan oleh konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk jasa yang diharapkan memuaskan kebutuhan mereka merupakan definisi perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2000). Sedangkan Kloter (2005) mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan proses pembelian dan pertukaran yang melibatkan perolehan, pembuatan barang, konsumsi, jasa, dan pengalaman dan ide. Perilaku konsumen studi mengenai pembelian secara perseorangan, organisasi, dan kelompok. studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuatan barang, jasa, pengalaman, serta ide. Perilaku konsumen juga merupakan studi tentang pembelian yang bisa perseorangan, kelompok, dan organisasi. (Sangadji & Sopiah, 2013)

3. Pendapatan

Pendapatan merupakan penerimaan untuk seseorang maupun kelompok yang didapatkan dari hasil tenaga maupun pikiran yang disampaikan maka akan memperoleh balas jasa tersebut selama jangka waktu yang tidak menentu dan tergantung kegiatan ekonomi. *Disposable income* adalah upah yang diterima seseorang yang siap dibelanjakan atau dikonsumsi penerima dan pendapatan ini merupakan hak mutlak setiap penerimanya. (Hanun, 2017)

Mahasiswa merupakan kelompok bersekolah dan menerima pendapatan namun tidak memiliki pendapatan yang tetap atau permanen. Mahasiswa mendapatkan pendapatan yang berasal dari uang saku dari orangtua dan beasiswa untuk mahasiswa yang menerima beasiswa. Uang saku merupakan uang yang diberi oleh orangtua untuk anak guna mencukupi kebutuhan mereka, pendapatan mereka

tidak menentu tergantung dengan kesepakatan yang sudah disepakati oleh orangtua dan anak. Uang yang diterima mahasiswa nantinya akan digunakan untuk mencukupi kebutuhan mereka atau pengeluaran konsumsi rutin maupun tidak rutin. Konsumsi rutin sendiri yakni pengeluaran yg dilakukan guna untuk membeli barang atau jasa yang setiap harinya dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan konsumsi tidak rutin merupakan pengeluaran tambahan yang tidak terduga. Dengan uang saku ataupun uang beasiswa, mahasiswa dapat menyisihkan uang saku mereka untuk menabung di tabungan haji. (Tama, 2014)

Selain uang saku atau beasiswa yang diterima mahasiswa, ada juga mahasiswa yang bekerja untuk mencukupi kebutuhan mereka setiap harinya. Biasanya dilakukan oleh mahasiswa perantauan, karena mahasiswa perantauan memiliki pengeluaran yang lebih besar seperti untuk membayar kos-kosan, makan, bayar listrik, dan lain sebagainya. Karena semakin tinggi pemasukan mahasiswa atau pemasukan mencukupi kebutuhan mahasiswa maka dapat dikatakan tingkat kesejahteraan mahasiswa membaik. (Hanun, 2017)

Dalam buku "Teori Akuntansi" (2000;153) Theodorus M. Tuanakotta menyatakan bahwa konsep pendapatan ada dua pendekatan, antara lain :

- a. Menjadi pusat perhatian arus masuk (*inflow*) daripada menjadi aset yang timbul dari operasional perusahaan.
- b. Menjadi pusat pencapaian barang dan jasa perusahaan dan transfer dari barang dan jasa.

4. Kepercayaan

Kepercayaan Sumarwan (2004) mengatakan bahwa kepercayaan merupakan kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Kepercayaan merupakan kekuatan produk yang memiliki atribut tertentu. Mowen dan Minor (2002) mengatakan bahwa kepercayaan merupakan pengetahuan yang dimiliki konsumen dan kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, manfaat, dan atribut. (Sangadji & Sopiah, 2013)

Kepercayaan calon nasabah dapat diukur dengan sikap seorang calon nasabah atas pengalaman yang pernah mereka alami. Akan muncul kepercayaan yang lebih sulit dan membutuhkan waktu yang lebih kompleks, maka akan menyumbang arti dalam hubungan antara pembeli dan penjual dan akan meningkatkan kesetiaan dan kepuasan calon nasabah. (Prasetyo, 2012)

Kepercayaan memiliki tiga jenis membuat seseorang membentuk kepercayaan, antara lain :

a. Kepercayaan antara objek dan atribut

Hubungan seseorang, barang, atau jasa dengan atribut, dengan kepercayaan ini akan membuat konsumen mengatakan pengetahuannya tentang sesuatu hal dalam atribut.

b. Kepercayaan antara atribut dengan manfaat

Konsumen akan menanyakan tentang manfaat atau hasil yang akan diterimanya dari atribut tersebut. Karena konsumen mencari produk atau jasa yang bisa memecahkan masalahnya dan memenuhi kebutuhannya.

c. Kepercayaan objek-manfaat

Kepercayaan ini persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang, atau jasa tertentu akan memberikan manfaat tertentu. (Sangadji & Sopiah, 2013)

5. Risiko

Menurut Soemarno, risiko merupakan ketidakpastian di masa depan tentang kerugian. Sedangkan menurut Herman Darmawi, risiko merupakan probabilitas hasil yang berbeda dengan harapan. Menurut Soekarto risiko merupakan ketidakpastian atas terjadinya sebuah peristiwa. Secara umum risiko merupakan sesuatu kemungkinan yang mungkin bisa terjadi dan berakibat pada kerugian. (Roosmawarni, 2020)

Pegadaian Syariah pasti menghadapi risiko yang disebabkan oleh sistem pembayaran *qardh wal ijarah*. Jika terjadi kerugian yang disebabkan dari nasabah, maka berpengaruh terhadap pendapatan Pegadaian Syariah. Risiko ini dipengaruhi oleh :

- a. *Unusual business risk*, terjadi pada pembiayaan yang disebabkan oleh penurunan tingkat penjualan yang dibiayai.
- b. Bagi hasil (*profit and loss sharing*), berkurangnya nilai pembiayaan akan muncul jika terjadi *loss sharing* dan kerugian usaha nasabah ditanggung oleh Pegadaian Syariah. Kemudian *revenue sharing* terjadi jika nasabah tidak bisa menanggung biaya yang ditanggung nasabah karena nasabah tidak melanjutkan usahanya. Risiko ini sama dengan risiko kredit, Pegadaian Syariah tidak menerima lagi cicilan pokok atau bai hasil yang sudah disepakati dari pembiayaan yang diberikan.

c. *Character Risk*, risiko karakter buruk nasabah. Sama dengan diusaha perbankan, di Pegadaian Syariah terdapat nasabah yang melakukan ingkar janji. Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh :

- 1) Nasabah lalai membayar pembiayaan dalam menjalankan bisnis yang dibiayai.
- 2) Melanggar kesepakatan yang sudah disepakati.
- 3) Pengelolaan internal tidak dilaksanakan secara profesional, tidak sesuai dengan standar pengelolaan yang sudah menjadi kesepakatan antara Pegadaian Syariah dengan nasabah. (Roosdhianasari, 2014).

6. Pengetahuan Produk Tabungan Haji

Menurut Nadler (1986:62) pengetahuan adalah proses untuk belajar seseorang mengenai kebenaran atau jalan benar agar mengetahui hal yang seharusnya diketahui dan dilakukan. Sedangkan Gordon (1994 :50) mengatakan bahwa pengetahuan menjadi dasar kebenaran atau fakta yang harus diketahui dan diharapkan dalam pekerjaan. Menurut Kraiger (1993:28) pengetahuan terjadi menjadi dua bagian, yakni ;

- a. *Theoretical Knowledge*; Ini merupakan pengetahuan yang dasar yang harus dimiliki karyawan seperti prosedur bekerja, moto, dan misi perusahaan dan lain-lain.
- b. *practical Knowledge*; tujuan dari pengetahuan ini adalah untuk memahami bagaimana dan kapan karyawan bersikap dan bertindak saat menghadapi berbagai masalah dan penerapan prosedur kerja berdasarkan dari pengetahuan secara teori atau pengalaman yang pernah terjadi. (pengertian pengetahuan , 2012)

produk adalah hal yang dapat ditawarkan ke pasar guna untuk memenuhi

keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk-produk yang bisa ditawarkan yakni seperti barang fisik : makanan, mobil, pakaian, alat rumah, dan lain sebagainya (Sangadji & Sopiah, 2013). Sedangkan Fajar Laksana (2008) mengatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu baik berbentuk fisik maupun nonfisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Lubis (2010) menyatakan bahwa kesan kualitas merupakan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk ataupun jasa lainnya yang berkaitan dengan sesuatu kebutuhan pelanggan.

Tingkatan produk menurut Kloter (2005), ada lima tingkatan produk antara lain :

- a. *Core Benefit* (manfaat inti) yakni manfaat dari produk yang ditawarkan konsumen.
- b. *Basic Product* (produk dasar) yakni suatu dasar produk yang bisa dirasakan pancaindra.
- c. *Expected Product* (produk yang diharapkan) yakni serangkaian atribut produk dan kondisi yang diinginkan pembeli ketika membeli produk.
- d. *Augmented Product* (produk yang ditingkatkan) yakni hal yang membedakan dalam suatu produk yang ditawarkan guna untuk membedakan dengan produk lainnya milik pesaing.
- e. *Potential Product* (produk potensial), sebuah argumen dan perubahan bentuk dimasa datang yang akan dialami.

Pengetahuan produk yakni sebuah kumpulan beragam informasi yang berkaitan dengan produk, kategori yang meliputi pengetahuan ini yakni produk,

merek, fitur produk, terminologi produk, dan kepercayaan mengenai produk. (Muhyidin, 2017)

Pengetahuan calon nasabah terhadap suatu produk itu berbeda-beda yang nantinya akan digunakan untuk para calon nasabah mencari informasi dan akan menghasilkan suatu keputusan. Pengetahuan dibagi menjadi 3 bagian menurut J Paul Peter, Jerry C. Olson yang sudah dialih bahasakan oleh Dmos Sihombing (2006:86) :

- a. Pengetahuan mengenai karakteristik produk/jasa.
- b. Manfaat dari suatu produk/jasa.
- c. Keputusan yang diberikan dari produk/jasa bagi konsumen. (muftukhah, 2015)

Tabungan merupakan bentuk investasi dengan cara menyisihkan pendapatan yang akan digunakan di masa depan. Sedangkan haji merupakan ibadah yang mengunjungi Baitullah guna melaksanakan syarat dan rukun wajib haji. Maka tabungan haji yakni sipanan uang perorangan yang mempunyai keinginan menunaikan ibadah haji. Rencana itu dapat dilakukan dengan cara menginvestasikan uang di lembaga keuangan yang memiliki produk tabungan haji. (Daulay, 2017)

Dalam peraturan menteri agama Republik Indonesia No.24 tahun 2006 mengenai perubahan atas peraturan menteri agama No.30 tahun 2013 yang membahas mengenai bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji memutuskan dan menetapkan : pasal 1 tentang beberapa ketentuan dalam peraturan Menteri Agama No.30 tahun 2013 tentang bank yang menerima setoran biaya penyelenggaraan haji diubah dan beberapa hal mengenai dana talangan haji. (Indonesia, 2016)

Sedangkan dasar hukum produk Arrum Haji Haji Pegadaian Syariah yaitu fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* emas dan fatwa DSN-MUI No.2/DSN-MUI/IV/2014 tentang pembiayaan yang disertai *Rahn*. Fatwa DSN-MUI No.26 tahun 2002 tentang *rahn* emas menjadi landasan hukum produk karena dari segi objek yang digunakan sebagai jaminan adalah emas. Dari fatwa tersebut diketahui bahwa gadai emas diperbolehkan dengan dasar pertimbangan-pertimbangan sebagaimana yang dicantumkan pada fatwa tersebut. Selanjutnya Fatwa DSN-MUI No.2/DSN-MUI/IV/2014 tentang pembiayaan yang disertai *rahn*. dalam fatwa tersebut dikatakan bahwa akad *rahn* dapat disertakan di dalam akad-akad pembiayaan yang ada dan diatur dalam fatwa tersebut. Maka dari itu dapat diketahui bahwa akad dasar yang digunakan Arrum Haji Pegadaian Syariah merupakan pembiayaan dengan menggunakan akad *qard* di samping akad *rahn* dan *ijarah*. Dengan demikian fatwa tersebut sistem Arrum Haji Pegadaian Syariah yang merupakan pembiayaan yang digunakan untuk pendaftaran biaya haji termasuk ke dalam kategori yang disebutkan dalam fatwa sehingga dapat dikatakan telah sejalan dengan fatwa tersebut. (Prawira, 2018)

7. Minat Nasabah

Minat nasabah merupakan rasa yang berlebihan dan rasa ketertarikan pada sesuatu hal atau aktivitas namun tanpa paksaan. Dasar minat yakni penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Maka semakin kuat hubungan tersebut maka semakin besar juga minatnya. (slameto, 1991) Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang akan mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan,

pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Kartini Kartono (1996:12) menyatakan bahwa minat merupakan momen dan kecenderungan yang searah secara intensif kepada suatu objek yang menurutnya penting. Minat adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk dan ingin mencoba menggunakan atau mungkin memiliki produk tersebut. Minat menabung adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk Pegadaian Syariah dan ingin mencoba menggunakan dan memiliki produk tersebut dalam hal ini tabungan haji. Menurut Robert Gordman (2006 :4) pelanggan merupakan sumber kehidupan dari suatu perusahaan dan setiap perusahaan memiliki tiga jenis pelanggan, seperti : pelanggan inti, pelanggan oportunistis, dan pelanggan *must-have*. (Marlius, 2016)

Menurut Arif (2012:189) nasabah adalah seseorang yang memiliki hubungan dengan atau menjadi pelanggan dari lembaga keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah suatu keinginan yang timbul dari nasabah terhadap suatu produk, jasa ataupun aktivitas yang didasari oleh kebutuhan.

Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli dalam hal menabung adalah sebagai berikut :

- a. Pengenalan masalah; kebutuhan konsumen akan datang karena menerima informasi yang terbaru pada suatu produk, kondisi ekonomi, dan iklan-iklan yang ada. Gaya hidup seseorang, karakteristik pribadi, dan kondisi geografis juga memengaruhi keputusan seseorang
- b. Pencarian informasi; konsumen pasti mencari sumber-sumber informasi. Konsumen

mencari informasi secara selektif dan memilih informasi yang relevan yang pastinya juga memberikan keuntungan bagi konsumen. Proses informasi yakni aktivitas mencari, memahami, menyimpan dalam ingatan, dan mencari tambahan informasi.

- c. Evaluasi informasi; konsumen setelah memilih suatu produk maka akan mengevaluasi dan akan memilih produk yang paling menguntungkan bagi mereka.
- d. Keputusan membeli (menabung) ; dalam membeli (menabung) beberapa aktivitas lain, seperti pemilihan bank, penentuan kapan akan menggunakan produk tabungan haji, dan kemungkinan finansialnya. Setelah itu menemukan tempat yang sesuai dan waktu yang tepat.
- e. Perilaku setelah membeli (menabung) ; saat konsumen melakukan transaksi pembelian (menabung) pasti ada evaluasi pasca pembelian (menabung). Jika konsumen puas dengan produk yang mereka pilih, maka akan terjadi pembelian (menabung) yang berulang.

B. Telaah Pustaka

Hasil dari penelitian terdahulu, penelitian ini mengacu dan menggunakan dasar untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran. Penelitian terdahulu juga digunakan untuk melihat perbedaan dan persamaan dari beberapa penelitian yang telah ada dan sebagai kajian yang dapat menggambarkan pola pikir penulis. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu dalam penelitian ini :

Penelitian yang dilakukan Ismiyati Mutmainnah B (2013) dengan judul Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Tabungan Haji pada Bank Sulselbar Syariah Cabang Makasar. Data dikumpulkan melalui dua cara, yani

dengan data primer yang diperoleh secara langsung dengan melakukan wawancara dan observasi langsung pada perusahaan sebagai objek penelitian dan menggunakan data sekunder yang bersumber dari informasi dalam daftar pustaka dan bahan-bahan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Penelitian itu menghasilkan uji r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya ada pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan produk tabungan haji. (Mutmainnah, 2013)

Menurut Rida Arsita Dewi (2018) dengan judul Pengaruh Pendapatan, *Religiuitas*, dan Daftar Tunggu Haji Terhadap Minat Santri untuk Menabung Tabungan Haji dengan Pendekatan *Theory of Planned Behaviour* (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Wahid Hasyim Condongcatur Sleman Yogyakarta). Pada penelitian ini variabel pendapatan, *religiuitas*, dan daftar tunggu haji secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat santri Wahid Hasyim untuk menabung tabungan haji. Sedangkan menurut Makhdaleva Hanura Tajudin (2017) dengan judul Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Keasadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP, Sawangan mengatakan bahwa variabel promosi, kepercayaan, dan kesadaran merek berpengaruh terhadap proses keputusan nasabah untuk mencoba produk ini atau tidak. (Dewi, 2018)

Dari penjabaran di atas dapat dilihat bahwa terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian dari penulis. Dari seluruh sumber penelitian penulis dengan penelitian yang telah ada memiliki persamaan dalam pembahasan yaitu mengenai minat untuk membuka tabungan haji. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel yang digunakan, kualitas data yang

digunakan, dan studi yang digunakan oleh penulis. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membahas tentang Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Resiko, dan Pengetahuan Produk Tabungan Haji terhadap Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).

Kemudian penelitian dari Reza Mulyadi (2019) dengan judul Pengaruh Reputasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan yakni kepada nasabah tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh dan data sekunder data yang diperoleh dari buku, artikel, internet, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk membuka tabungannya haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh, sedangkan reputasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk membuka tabungan haji pada Bank Syariah Cabang Banda Aceh Hasil dari penelitian mengatakan bahwa reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk membuka tabungan haji pada bank syariah mandiri cabang Banda Aceh, Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk membuka tabungan haji pada Bank Syariah Mandiri. Cabang Banda Aceh (2019)

C. Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini menggunakan beberapa hipotesis untuk menjawab masalah penelitian mengenai pengaruh minat nasabah Tabungan Haji. Hipotesis merupakan suatu jawaban yang sementara, yang keberadaannya harus diujikan secara empiris (Moh. Naazir, 2011:151). Menurut kerangka teori dan telaah pustaka, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (2005:236) menyatakan bahwa pendapatan merupakan hasil kerja usaha, maka dapat diartikan bahwa pendapatan atau pendapatan bersih seseorang merupakan keseluruhan jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa atas hasil, biro pusat statistik merinci bahwa pendapatan berupa uang yakni segala sesuatu hasil kerja atau usahanya.

Menurut penelitian dari Vourtdacsbelina Virgine Fautngiljanan, Agus Supandi Soegoto, dan Yantje Uhing (2014) dalam penelitiannya yang dilakukan pada asuransi prudential menyatakan bahwa faktor yang memengaruhi minat menjadi nasabah salah satunya adalah pendapatan. Karena pendapatan merupakan bagian dari keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dikembangkan yakni sebagai berikut :

H1 : Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

b. Kepercayaan

Kotler (2009) mengatakan bahwa kepercayaan merupakan kesiapan perusahaan untuk bergabung dalam lingkungan bisnis. Kepercayaan setiap orang

berbeda, tergantung dengan jumlah faktor antar pribadi dan antar organisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan. Sedangkan Morgan dan Hunt mengatakan dalam Suhardi bahwa kepercayaan merupakan sesuatu ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakni dengan kehandalan dan integritas pihak lain. Dengan menggunakan *Theory of Planned behavior* (teori perilaku terencana), kepercayaan bisa memengaruhi minat nasabah yang akhirnya nanti akan memunculkan sebuah keputusan nasabah untuk menjadi nasabah tabungan haji.

Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting untuk memengaruhi keputusan nasabah akan menggunakan suatu produk. Kepercayaan merupakan keinginan seseorang namun bertumpu kepada orang lain dan kita mempercayainya. Kepercayaan yakni keadaan seseorang berdasarkan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosial. (Armeyanti, 2011-2012)

Menurut penelitian dari Makhdaleva Hanura Tajudin (2017) dalam penelitiannya yang dilakukan pada bank syariah menyatakan bahwa faktor yang memengaruhi minat nasabah yakni kepercayaan. Karena dengan kepercayaan menjadikan nasabah menjadi minat dan tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan yakni :

H2 : Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

c. Risiko

Menurut Pavlou (2001 risiko) merupakan sesuatu hal yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi. Risiko adalah

pemikiran subjektif konsumen agar mengalami kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan. Maka artinya jika risiko itu tinggi dari sekedar informasi sampai pada keputusan untuk pembelian produk maka risiko diasosiasikan dengan kepercayaan (Rithmaya, 2016).

Menurut penelitian Chitra Laksmi Rithmaya (2016), yang berjudul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan Internet Banking, risiko merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat nasabah karena semakin rendah risiko maka kepercayaan akan semakin lebih baik dan menimbulkan minat. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan yakni :

H3 : Risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

d. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk Sumarwan (2011) mengatakan bahwa pengetahuan produk adalah sebuah kumpulan informasi mengenai produk. Yang termasuk kategori produk yakni merek, terminologi produk, fitur produk, harga dan kepercayaan mengenai produk. Dengan menggunakan *Theory of Behavior* (teori perilaku terencana), pengetahuan produk bisa memengaruhi minat nasabah yang akhirnya nanti akan memunculkan sebuah keputusan nasabah untuk menjadi nasabah tabungan haji. (Muhyidin, 2017)

Menurut penelitian Kadek Suwarjana dan Ni Wayan Sri Suprpti (2018) dalam judul Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek *Indihome*, pengetahuan produk

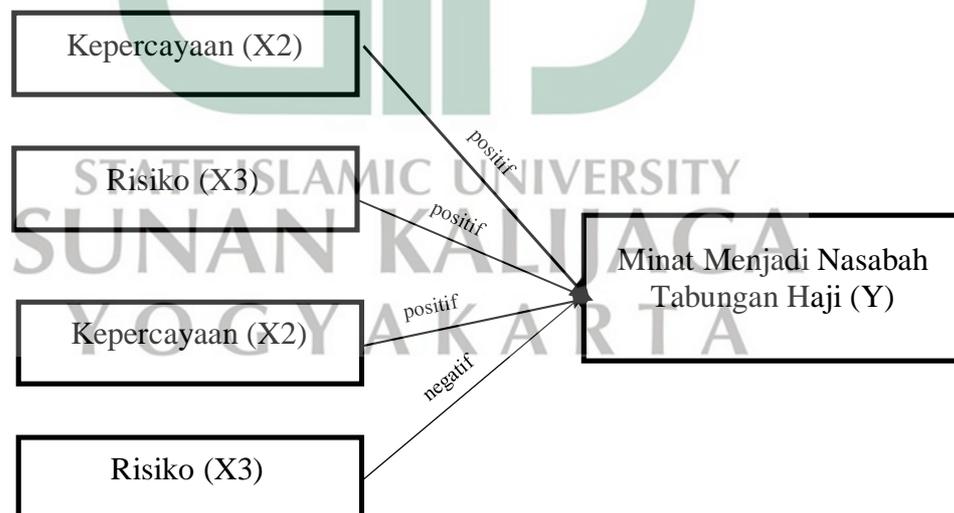
merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat nasabah karena semakin tinggi pengetahuan tentang produk maka semakin kuat minat nasabah untuk memilih produk tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan yakni :

H4 : pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ada pada telaah pustaka dan kerangka teori yang telah dijabarkan maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Kerangka Pemikiran



Model penelitian yang disajikan diatas menjelaskan bahwa variabel independen pada penelitian ini adalah variabel pendapatan (X1), kepercayaan (X2),

risiko (X3), pengetahuan Produk (X4) dan variabel dependen penelitian ini yakni menjadi nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Penulis melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang diperlukan. Data diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner langsung kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, skripsi, dan beberapa buku yang mendukung dan memperkuat landasan masalah yang digunakan serta untuk menambah referensi penulisan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2013:115) mengatakan bahwa populasi yakni wilayah generalisasi yang terdiri dari objek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami, diteliti, dan kemudian diambil kesimpulan. Tidak hanya orang yang disebut populasi, namun juga objek dan benda alam lainnya. Populasi merupakan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek/objek tersebut. Sukandarmidi (2012:47) mengatakan bahwa populasi merupakan seluruh objek penelitian yang nyata, abstrak, peristiwa, atau gejala yang merupakan sumber data yang memiliki karakteristik.

Dari penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah seluruh elemen yang ada dalam wilayah penelitian. Dalam penelitian ini penyusun

menetapkan populasinya adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

2. Sampel

Sugiyono (2013:116) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Semisal populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sedangkan menurut Sukandarrumidi (2012 : 50) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki sifat – sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik dari *Roscoe* (1982) dalam Sugiyono (2013 : 165) yang menyatakan bahwa dalam penelitian memakai analisis *multivariate* (korelasi atau regresi berganda) maka menggunakan sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Di penelitian ini menggunakan 5 variabel yang terdiri dari 4 variabel independen dan 1 variabel dependen. Dengan jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$ responden, agar mendapatkan data yang baik maka data dalam penelitian ini menggunakan 250 responden. Data yang kembali ke penyusun yaitu 235 reponden.

Penarikan sampel di penelitian ini memakai metode *non probability sampling*. *Non probability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana dalam penentuan sampel menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu. Pemilihan sampel dengan teknik ini bertujuan untuk memperoleh informasi dari suatu kelompok sasaran tertentu yang tentunya

dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Di penelitian ini sampel yang digunakan yaitu mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah Fiqh Muamalah. (Sugiyono, 2013: 154-156).

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pengisian kuesioner. Menurut Kerlinger (2008) dalam Rifanto (2017 : 53) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi kemudian setelah diisi dikembalikan kepada penyusun. kemudian pengukuran kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert yakni variabel yang diukur disajikan dalam sebuah pernyataan. Dalam skala likert terdapat lima kategori tingkat jawaban yakni, (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju.

Tabel 3. 1
Kriteria Pemikiran Kuisoner

Jawaban	Skor favourable
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju(STS)	1

D. Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan karakteristik responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Yogyakarta. Data yang digunakan

dalam penelitian ini adalah hasil penyebaran kuesioner secara langsung kepada mahasiswa kuesioner sebanyak 250 dan yang terkumpul sebanyak 235 responden dalam angka waktu 16 hari yaitu dari tanggal 4 April 2020 sampai 19 April 2020. Responden diklarifikasi berdasarkan nama, semester, dan jurusan. Deskripsi responden merespon penelitian ini yakni :

Tabel 3. 2
Kareteristik Responden Berdasarkan Semester

No.	Semester	Jumlah	Persentase
1.	8	92	39,1%
2.	6	105	44,7%
3.	4	38	16,2%
Total		235	100%

Sumber data primer diolah 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden semester 6 lebih banyak dibandingkan dengan responden semester 8 dan 4. Dengan jumlah mahasiswa semester 8 sebanyak 92 responden, semester 6 sebanyak 105 responden, semester 4 sebanyak 38 responden. Maka, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 6.

Tabel 3. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No.	Jurusan	Jumlah	Persentase
1.	MKS	132	56,2%
2.	PS	50	21,3%
3.	ES	27	11,4%
4.	AS	26	11,1%
Total		235	100%

Sumber data primer diolah 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jurusan MKS lebih banyak dibandingkan dengan responden jurusan PS,ES, dan AS. Dengan jumlah mahasiswa jurusan MKS sebanyak 132 responden, jurusan PS sebanyak 50 responden, jurusan ES sebanyak 27 responden, dan jurusan AS sebanyak 26 responden. Maka, dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan MKS.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel dependen dan independen

Variabel dependen menurut (Kuncoro, 2011 ; 7) adalah variabel yang dijelaskan oleh variabel lain atau yang dikatakan variabel yang identik dengan nama variabel terkait. Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) adalah minat nasabah menjadi nasabah tabungan haji Pegadaian Syariah.

Variabel independen (X) adalah variabel yang bergantung pada variabel lainnya atau dapat disebut variabel akibat (Sedarmayanti dan Hidayat, 2002 : 50).

Menurut Kuncoro (2011 : 7) variabel independen dikatakan sebagai variabel akibat

karena variabel ini dianggap sebagai penyebab karena menyebabkan atau memprediksi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel X adalah pendapatan, kepercayaan, risiko, dan pengetahuan.

2. Definisi Operasional

a. Pendapatan

Pendapatan merupakan uang atau hasil yang didapatkan dari sesuatu yang sudah dilakukan sebagai upah. Pendapatan mahasiswa didapatkan dari uang saku yang mereka terima atau uang kiriman setiap bulan dari orang tua mereka. Indikator variabel tingkat pendapatan KBBI (2005:236) merupakan penghasilan, tunjangan, bonus, keuntungan, dan uang saku.

b. Kepercayaan

Menurut Kim Et Al, dalam Sukma, Abdurrahman Adi (2012) kepercayaan adalah suatu kepercayaan umum pihak lain dapat dipercaya atau kesediaan suatu pihak agar peka terhadap hal yang dilakukan pihak lainnya. Dalam penelitian ini indikator variabel yang digunakan adalah jaminan kepuasan, penelitian, keterusterangan.

c. Risiko

Risiko memiliki arti suatu situasi dimana pembuat keputusan memiliki pengetahuan apriori konsekuensi yang merugikan dan kemungkinan terjadi (Schiffman dan Kanuk, 2008 : 170 dalam Ariyati dan Iriani, 2014). Risiko untuk mahasiswa yaitu jika mahasiswa menjadi nasabah tabungan haji, akan mengganggu kebutuhan yang lainnya atau tidak. Schiffman dan Kanuk (2008:171) menyebutkan indikator risiko adalah *functional risk*, *financial risk*, *physical risk*, *psychology risk*.

d. Pengetahuan

Menurut Notoatmojo (2003:122) pengetahuan yakni hasil antara tahu dan terjadi setelah seseorang melakukan pengindraan terhadap suatu objek atau mencari informasi setau produk. Pengindraan akan terjadi melalui panca indra manusia, yaitu menggunakan pengelihatn, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Pengetahuan manusia sebagian besar diperoleh melalui mata dan telinga. Menurut Notoatmodjo (2003:122) indikator variabel pengetahuan merupakan tahu, memahami, aplikasi, analisis, sintesis, evaluasi. Namun dipenelitian ini tidak semua indikator dapat dimasukkan dengan penelitian ini, sehingga hanya mengambil empat indikator yang memiliki kaitan dengan penelitian ini yakni tahu, memahami, aplikasi, analisis.

e. Minat nasabah

Minat nasabah dapat diartikan sebagai keadaan dimana seseorang menunjukkan keinginan atau kebutuhan yang ada pada dirinya. Minat merupakan suatu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari ataupun membuktikan lebih lanjut (Ferdianti dan Utama, 2016). Indikator dari minat adalah dorongan dari dalam diri, faktor emosional dan motif sosial.

Tabel 3. 4
Daftar Indikator Variabel

No	Variable	Indikator
1.	Pendapatan	a. Besar penghasilan b. Tunjangan c. Bonus d. Keuntungan e. Uang Saku
2.	Kepercayaan	a. Jaminan kepuasan b. Perhatian c. Kesejahteraan
3.	Risiko	a. <i>Fuctional risk</i> b. <i>Financial risk</i> c. <i>Physical risk</i> d. <i>Psychology risk</i>
4.	Pengetahuan	a. Tahu b. Memahami c. Aplikasi d. Analisis
5.	Minat nasabah	a. Dorongan dari dalam diri b. Faktor emosional c. Faktor sosial

F. Analisis Data

1. Analisis deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti seperti apa adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran demografi responden

penelitian seperti jenis kelamin, pendidikan pekerjaan, pendapatan. (Sugiyono, 2018 : 147)

2. Uji kualitas data

Untuk menguji kualitas data primer pada penelitian ini, penulis menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas merupakan suatu ukuran derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang tepat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid merupakan data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya. Uji validitas digunakan untuk mengukur kelayakan butir pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel di mana $df = n$ dengan sig. 5% jika r tabel $< r$ hitung maka valid. (Sugiyono, 2013 : 361)

Sedangkan Uji Reliabilitas menurut Arikunto (1998 : 154) merupakan suatu instrument yang dapat dipercaya untuk mengumpulkan data karena instrumen tersebut sudah dianggap baik, instrumen yang *reliable* akan menghasilkan data yang dipercaya juga. Variabel dikatakan *reliabel* akan menghasilkan nilai *Cronback Alpha* > 0.60 . Triton mengemukakan bahwa skala tersebut dikelompokkan dalam berapa kelas dengan yang sama, maka kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai *alpha cronback* 0.00 sd 0.20 (kurang reliable)
- Nilai *alpha cronback* 0.21 sd 0.40 (*reliable* sedang)
- Nilai *alpha cronback* 0.41 sd 0.60 (*reliable* cukup)
- Nilai *alpha cronback* 0.61 sd 0.80 (*reliable*)
- Nilai *alpha cronback* 0.81 sd 1.00 (sangat *reliable*)

Uji Asumsi Klasik

a. Uji normatif

Ghozali (2013:160) mengatakan bahwa uji normalitas memiliki tujuan guna untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau variabel yang memiliki distribusi normal. Uji T dan F dapat mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal jika hal tersebut dilanggar maka statistik akan menjadi tidak valid dalam jumlah kecil.

Cara untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak ada dua cara, yakni dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik. Cara untuk membayangkan uji normalitas yakni menggunakan uji normal kolmogorov-smirnov. Dengan ketentuan sig. >0.05 maka data berdistribusi normal, namun jika sig. <0.05 maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Dikatakan terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0.60 dan jika kurang dari atau sama dengan 0.60 maka tidak terjadi multikolinearitas. Kriteria pengujian dapat dilihat dari *variance inflation factor* (VIF) dan dari nilai *tolerance*. Jika nilai *tolerance* ≥ 0.10 atau sama dengan nilai $VIF \leq 0.10$ maka model regresi terbebas dari multikolinearitas.

c. Uji heterokedastisitas

Menurut Priyatno (2013 : 60) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu

pengamatan dengan pengamatan lainnya. Pada penelitian ini menggunakan *Scatterplott* yang digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya masalah heterokedastisitas. Adapun kriteria penguji adalah jika titik-titik menyebar tanpa membentuk pola khusus maka dalam model penelitian terbatas dari heterokedastisitas.

Uji Hipotesis

a. Kofisien determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013 : 97) uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Namun penggunaan R^2 mempunyai kekurangan yakni bisa terdapat jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Maka dianjurkan menggunakan nilai *adjusted*.

b. Uji F

Uji F mempunyai fungsi yaitu memperlihatkan apakah semua variabel independen yang di masukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat kepercayaan 5%. Jika nilai sig. <0.05 maka dapat dikatakan model regresinya yakni digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

c. Uji t

Priyatno (2013:50) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh dari satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Uji t memiliki ketentuan dalam

pengambilan keputusan yaitu jika nilai Sig < α maka H_0 ditolak dan jika nilai Sig > α maka H_0 diterima.

Analisis regresi berganda

Menurut priyatno (2013 : 50) analisis regresi yakni teknik yang bertujuan untuk mengetahui satu atau dua variabel independen dan dependen. Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui cara variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen secara parsial atau simultan. Adapun rumusnya yakni sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b^1 x^1 + b^2 x^2 + b^3 x^3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

x^1 = Variabel Pendapatan

x^2 = Variabel Kepercayaan

x^3 = Variabel Risiko

e = Standar Pengetahui

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat pegadaian syariah dan perkembangannya

Pegadaian Syariah adalah unit layanan syariah yang digerakkan oleh Perum Pegadaian. Atas dasar akad *musyarakah* maka berdirilah unit layanan syariah dengan menggunakan bagi hasil antara Perum Pegadaian dengan Bank Muamalat Indonesia dengan tujuan untuk melayani para nasabah yang ingin memanfaatkan jasa dengan menggunakan prinsip syariaah. Dalam perjanjian tersebut Bank Muamalat berperan sebagai pemberi modal untuk pendirian Pegadaian Syariah dan Pegadaian bertugas untuk menjalankan operasionalnya. Untuk perjanjian tersebut dilakukan pada tanggal 20 Desember 2002 (Sutedi, 2011: 85).

Konsep dari operasional Pegadaian Syariah menerapkan sistem administrasi yang kekinian, yakni atas rasionalitas, efisiensi, dan efektivitas yang diselenggarakan dengan nilai islam. Fungsi operasional Pegadaian Syariah yang dikerjakan oleh kantor-kantor cabang Pegadaian Syariah sebagai salah satu organisasi yang dibina oleh divisi usaha lain Perum Pegadaian dan menjadi unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dengan konvensional. Unit Layanan Gadai Syariah pertama kali didirikan di Jakarta cabang Dewi Sartika pada bulan Januari tahun 2003, kemudian disusul ULGS di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta pada tahun yang sama sampai bulan september (Soemitra, 2009: 393).

Yogyakarta mulai beroperasi pada tanggal 15 September 2003 di cabang

Kusumanegara. Hasil survey lapangan dan berbagai pertimbangan maka, pada bulan Mei 2004 Perum Pegadaian Kanwil Yogyakarta mendirikan Pegadaian Syariah cabang Sariharjo dengan tujuan untuk menampung lebih banyak nasabah baik muslim atau non muslim yang khawatir akan adanya riba serta agar para nasabah di sekitar wilayah Sariharjo lebih mudah untuk bertransaksi.

2. Profil dan Layanan Pegadaian Syariah Unit Sariharjo

Pada penelitian ini, dilakukan pada Pegadaian Syariah Kantor Unit Sariharjo yang beralamat di Jl. Palagan Tentara Pelajar, Rejodani 2, Sariharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pegadaian Syariah Unit Sariharjo termasuk Unit dari Kantor Cabang Pegadaian Syariah Kusumanegara, yang memiliki 10 kantor unit. 10 kantor unit tersebut diantaranya UPS Ngampilan, UPS Bareng Klaten, UPS Pasar Bantengan, UPS Mlati, UPS Terban, UPS Munggur Godean, UPS Mertoyudan, UPS Kebondalem Magelang dan UPS Sariharjo. Manajer unit memiliki tugas mengelola operasional unit yang menyalurkan uang pinjaman (*Qord*) dengan hukum gadai yang berdasarkan pada prinsip syariah Islam. Pimpinan unit juga melakukan usaha lain yang sudah ditetapkan manajemen dan mewakili kepentingan perusahaan dalam membangun kerjasama dengan pihak lain.

Adapun tugas dan wewenang dari pengelola UPS Sariharjo yakni:

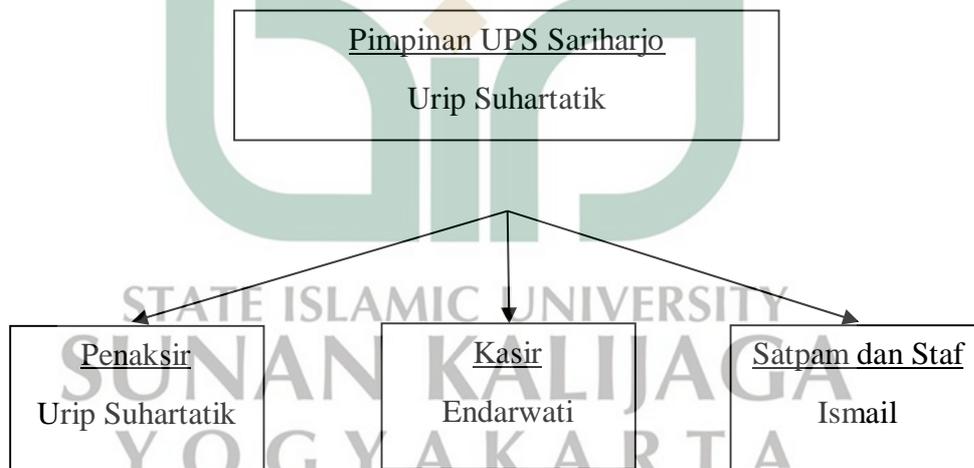
- a. Penaksir; ia memiliki tugas menghitung jumlah nominal barang jaminan dan melihat kondisi barang sesuai dengan ketentuan yang sudah ada untuk mewujudkan nilai taksiran dan jumlah pinjaman yang wajar.
- b. Kasir, bertujuan melakukan penerimaan, penyimpanan, dan pembayaran serta

pembukaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantr unit.

- c. Keamanan, memiliki tugas mengamankan harta perusahaan dan *rahn* dalam lingkungan kantor dan sekitarnya.
- d. Staf, bertugas memelihara kebersihan, keindahan, kenyamanan ruang kerja, ruang tunggu nasabah, mengirim barang jaminan yang ada digudang serta dokumen yang menunjang kelancaran kerja administrasi dan kelancaran tugas operasional kantor.

3. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Unit Sariharjo

Tabel 4. 1
Struktur Organisasi UPS Sariharjo



4. Misi dan Visi Pegadaian Syariah

Misi Pegadaian Syariah

- a. Mencairkan pembiayaan yang cepat, termudah, aman, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan mengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

- b. Pemerataan pelayanan harus dipastikan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh Pegadaian Syariah dalam mempersiapkan diri sebagai pemain regional dan tetap menjadi utama masyarakat.
- c. Pegadaian membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya masyarakat.

Visi Pegadaian Syariah

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia dan selalu menjadi yang terjadi untuk masyarakat.

5. Produk-Produk Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah menjalankan operasional pegadaian berdasarkan prinsip syariah, seperti gadai dan fasilitas pembiayaan lainnya serta memiliki berbagai ragam produk dan jasa pinjaman melalui prinsip gadai yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan nasabah dengan layanan dan fasilitas pegadaian yang mudah, aman, dan cepat.

Adapun produk-produk Pegadaian Syariah yang ditawarkan untuk nasabah ataupun calon nasabah:

Multi Pembayaran Online

Multi pembayaran online adalah pelayanan pembayaran berbagai tagihan seperti tagihan seperti tagihan listrik, pulsa, telepon, PDAM, pembelian tiket KAI(Kereta Api Indonesia), Go-Pay, dll yang berupa pembayaran secara online. Karena multi pembayaran online di Pegadaian Syariah adalah solusi untuk

pembayaran cepat yang mempermudah nasabah bertransaksi tanpa harus memiliki rekening.

Konsinyasi emas

Konsinyasi emas merupakan layanan yang dapat dititipi jual emas batangan, maka investasi ini aman karena tersimpan di Pegadaian. Produk ini memiliki keunggulan berupa, hasil penjualan emas nanti akan diberikan kepada nasabah sehingga memiliki nilai yang lebih produktif. BMN diproduk ini terpercaya dan emas pengelolaan emas terprotesisi 190% transparan serta menghasilkan keuntungan yang lebih kompetitif dengan investasi lainnya.

Tabungan Emas

Tabungan emas merupakan produk yang melayani khusus pembelian dan penjualan emas dengan cara titipan dan harga yang terjangkau. Produk ini memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas.

Mulia

Produk mulia merupakan produk yang melayani penjualan emas yang proses pembayarannya bisa dilakukan secara tunai atau diansur dengan syarat yang mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi investasi yang aman untuk mewujudkan impian seperti beribadah haji, persiapan biaya pendidikan anak, kendaraan pribadi, dan impian lainnya. Produk ini memiliki keunggulan seperti berikut :

- a. Syarat dan proses yang tidak ribet.
- b. Menjadi investasi yang aman dan terpercaya.
- c. Untuk aset, emas batangan sangat cocok untuk memenuhi kebutuhan yang

mendadak.

- d. Pilihan emas batangan yakni 5 gram sampai dengan 1kg.
- e. Dapat dimikiki dengan cara pembekian tunai, angsuran, kolektif maupun arisan
- f. Cukup membayar dengan uang muka sebesar 10%-90% dari nilai logam mulia.
- g. Waktu angsuran mulai dari 3 sampai 36 bulan.

Arrum BPKB

Untuk produk Arrum BPKB ini hanya di khususkan bagi pengusaha kecil untuk mengembangkan usahanya hanya dengan menggunakan jaminan BPKB dan kendaraan tetap digunakan oleh pemiliknya untuk sehari-hari. Pembayaran Arrum BPKB sudah sesuai dengan syariah Islam, prodk ini mempunyai keunggulan seperti berikut :

1. Transaksi produk Arrum BPKB sudah berprinsip syariah yang adil dan sesuai dengan fatwa DSN-MUI.
2. Sudah lebih dai 600 Pegadaian Syariah melayani produk Arrum BPKB.
3. Pegadaian Syariah melayani pembayaran angsuran di seluruh outlet pegadaian Syariah di Indonеса Pembayaran.
4. Jangka waktu pembayaran angsuran mulai dari 12, 18, 24, dan 36 bulan.
5. Tarif yang ditawarkan Pegadaian Syariah menarik sehingga dapat menarik minat nasabah.
6. Pelayanan dan syarat yang sangat sederhana, cepat, dan mudah.

Amanah

Amanah merupakan pembiayaan yang berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun perusahaan mikro, untuk memiliki motor atau mobil dengan cara

angsuran. Keunggulan dari produk ini yakni Pegadaian Syariah menyediakan produk Amanah diseluruh outlet Indonesia.

Rahn

Pembiayaan *Rahn* (gadai syariah) merupakan suatu pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai syariah Islam yang menggunakan jaminan berupa emas, berlian, elektronik ataupun kendaraan bermotor. Nasabah hanya akan dibebani biaya administrasi dan *mu'nah* (biaya pemeliharaan atau jasa simpan). Produk *rahn* Pegadaian Syariah tercipta untuk memenuhi kebutuhan transaksi gadai yang sesuai dengan syariah, proses pendanaan cepat, mudah, dan menentramkan.

Arrum Haji

Pembiayaan Arrum Haji adalah suatu produk yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah yang bertujuan untuk mempermudah nasabah mendapatkan porsi haji hanya dengan menggunakan jaminan emas. Arrum Haji mempunyai keunggulan, yakni :

- a. Mendapatkan rekening tabungan haji serta mendapatkan nomor porsi haji.
- b. Pegadaian Syariah menyimpan jaminan emas dan dokumen nasabah dengan aman terpercaya.
- c. Jika ada uang lebih dari jaminan emas, maka emas yang dijadikan barang jaminan dapat digunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat nanti pelunasan.

Nasabah akan diminta untuk membuka rekening tabungan haji hanya dengan jaminan emas setara 3,5 gram. Kemudian melakukan akad perjanjian dengan Pegadaian Syariah dan menandatangani berkas, maka Pegadaian akan

menemani dari mendaftar haji hingga mendapat porsi haji. Dengan membuka rekening, maka nasabah akan mendapatkan kursi untuk melaksanakan ibadah haji. Pengembalian pinjaman dengan model dicicil setiap bulan 12, 18, 24, atau 36 bulan. Selama nasabah belum melakukan pelunasan maka angsuran tersebut sudah termasuk biaya sewa tempat untuk penjagaan dan pemeliharaan barang jaminan nasabah. Syarat untuk membuka rekening yakni, fotocopy KTP, jaminan emas, KK (kartu keluarga). (Syariah, 2018)

Arrum haji juga diawasi oleh OJK, pegadaian syariah menerapkan BUMN yang membuka lini bisnis syariah. Maka skema tabungan haji di pegadaian syariah sudah sesuai dengan syariah dan secara legal formal sudah patuh terhadap hukum positif di Negara Kesatuan Republik Indonesia dan menjamin barang jaminan yang menjadi barang jaminan pinjaman. Akad Arrum Haji sekaligus buka tabungan haji dan mendapat nomor porsi haji. (Syariah, 2018)

Sistem kerja

Sistem kerja Pegadaian Syariah dapat digambarkan sebagai berikut ini :

1. Nasabah memberikan barang jaminan kepada pihak Pegadaian Syariah lalu memperoleh pembiayaan, lalu Pegadaian Syariah melakukan penaksiran terhadap barang jaminan untuk dijadikan dasar dalam pemberian pinjaman.
2. Pegadaian Syariah dan nasabah menyetujui akad gadai seperti kesepakatan biaya administrasi dan biaya pemeliharaan, serta biaya pelunasan dan lain sebagainya.
3. Pegadaian syariah menerima biaya-biaya administrasi yang dibayarkan diawal transaksi, sedangkan jasa simpan yakni biaya pemeliharaan (*Mu'nah*) dapat

dibayarkan saat waktu pelunasan.

4. Pelunasan barang nasabah dilakukan sesuai dengan akad. Angsuran dan tebusan, pelunasan penuh, dan perpanjangan gadai atau ulang gadai.

B. Hasil penelitian

1. Analisis deskriptif

Data yang dipakai dalam penelitian ini didapatkan hasil penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Yogyakarta sebanyak 250 kuesioner kuesioner hasil terkumpul dalam waktu penyebaran 16 hari (4 April 2020 sampai 19 April 2020). Dari 250 kuesioner ada 235 kuesioner yang kembali pada penulis. Dalam penelitian menggunakan empat variabel independen yakni pendapatan, kepercayaan, risiko, dan pengetahuan produk. Sedangkan variabel dependen adalah minat nasabah.

Dari jawaban para responden, sebagian besar responden menjawab bahwa produk Arrum Haji pada Pegadaian Syariah sangat membantu untuk mendapatkan porsi haji. Untuk pendapatan para responden mengatakan bahwa pendapatan mereka cukup untuk membuka tabungan haji. Untuk kepercayaan, para responden mengatakan bahwa responden cukup percaya dengan produk tabungan haji Pegadaian Syariah sehingga para mahasiswa berminat untuk menggunakan produk tabungan haji Arrum Haji pada Pegadaian Syariah.

2. Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas

No	Indikator	R tabel	R hitung	Sig	keterangan
1	x1.1	0,138	0,770	0,000	Valid
2	x1.2	0,138	0,718	0,000	Valid
3	x1.3	0,138	0,584	0,000	Valid
4	x1.4	0,138	0,726	0,000	Valid
5	x1.5	0,138	0,797	0,000	Valid
6	x2.2	0,138	0,759	0,000	Valid
7	x2.3	0,138	0,817	0,000	Valid
8	x2.4	0,138	0,685	0,000	Valid
9	x3.1	0,138	0,667	0,000	Valid
10	x3.2	0,138	0,837	0,000	Valid
11	x3.3	0,138	0,756	0,000	Valid
12	x3.4	0,138	0,768	0,000	Valid
13	x4.1	0,138	0,742	0,000	Valid
14	x4.2	0,138	0,654	0,000	Valid
15	x4.3	0,138	0,649	0,000	Valid
16	x4.4	0,138	0,732	0,000	Valid
17	x5.1	0,138	0,771	0,000	Valid
18	x5.2	0,138	0,836	0,000	Valid
19	x5.3	0,138	0,767	0,000	Valid
20	x5.4	0,138	0,792	0,000	Valid

Sumber: data diolah SPSS 15, 2020

Pada uji validitas data cara membaca r tabel yaitu dengan menggunakan distribusi r tabel, pada jumlah responden 235. Nilai signifikan yang umum dipakai adalah 5% (0,05). Sehingga nilai r tabel yang didapat sebesar 0,138. Tabel diatas dapat diartikan bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel yang bernilai 0,138. Maka disimpulkan bahwa item pernyataan dalam seluruh variabel lolos uji validitas.

Uji Rehabilitas

Hasil uji rehabilitas data

Tabel 4. 3
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	20

Sumber: data diolah SPSS 15,2020

Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

Triton mengemukakan bahwa skala tersebut dikelompokkan dalam beberapa kelas sama maka kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

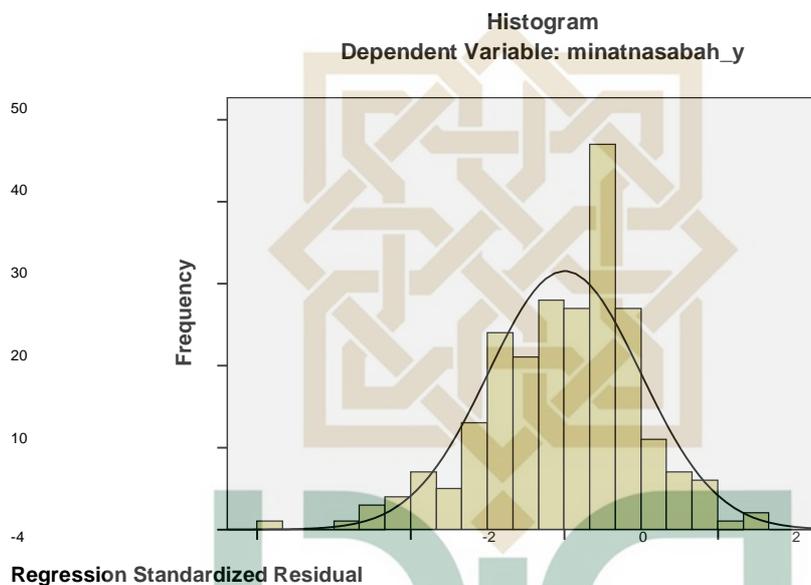
- 1) Nilai *alpha cronbach* 0.00 sd 0.20 (kurang reliabel)
- 2) Nilai *alpha cronbach* 0.21 sd 0.40 (reliabel sedang)
- 3) Nilai *alpha cronbach* 0.41 sd 0.60 (reliabel cukup)
- 4) Nilai *alpha cronbach* 0.61 sd 0.80 (reliabel)
- 5) Nilai *alpha cronbach* 0.81 sd 1.00 (sangat reliabel)

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach alpha* menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,60 yaitu 0,895, maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel lolos uji reliabilitas.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

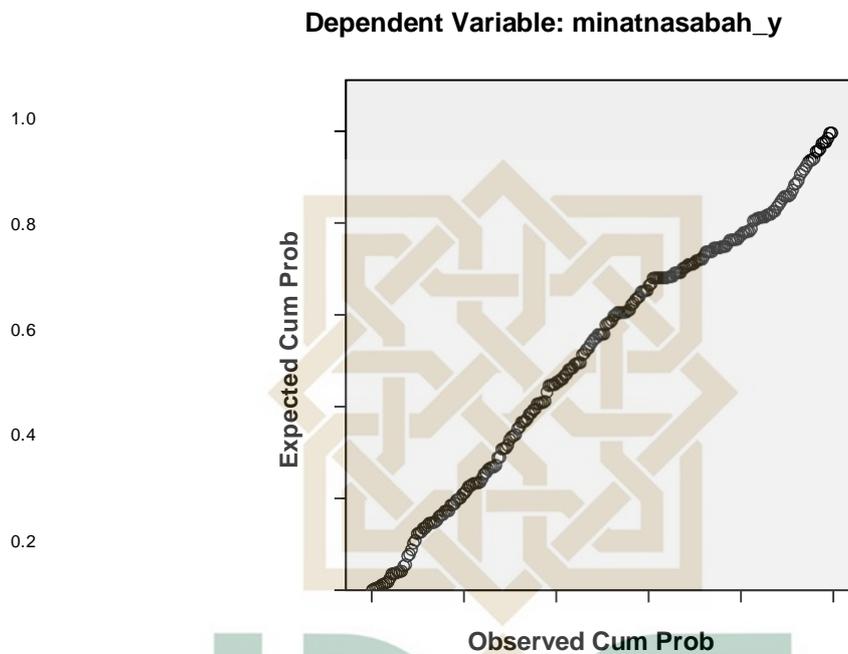
Gambar 4. 1
Histogram Uji Normalitas



Sumber: data diolah SPSS 15, 2020

Apabila grafik histogramnya tidak memberikan pola distribusi yang melenceng, maka artinya dapat dikatakan normal. Akan tetapi pada pengeujian menggunakan grafik histogram dapat menyesatkan atau kurang tepat terutama untuk sampel kecil. Dengan melihat histogram, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal, tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan. Namun demikian dengan hanya melihat histogram dinilai kurang memberikan hasil yang maksimal, sehingga lebih baik menggunakan Normal P-plot.

Gambar 4. 2
Normal P-P Plot of Regression
Standardized Residual



Sumber: data diolah SPSS 15, 2020

Apabila data menyebar disekitar garis lurus giagonal dan mengikuti arah garis tersebut, artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika data berjauhan atau tidak mengikuti arah garis, maka dapat diartikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Gambar diatas dapat diartikan bahwa data menyebar mengikuti arah garis, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 4
Hasil uji multikolinearitas Coefficients(a)

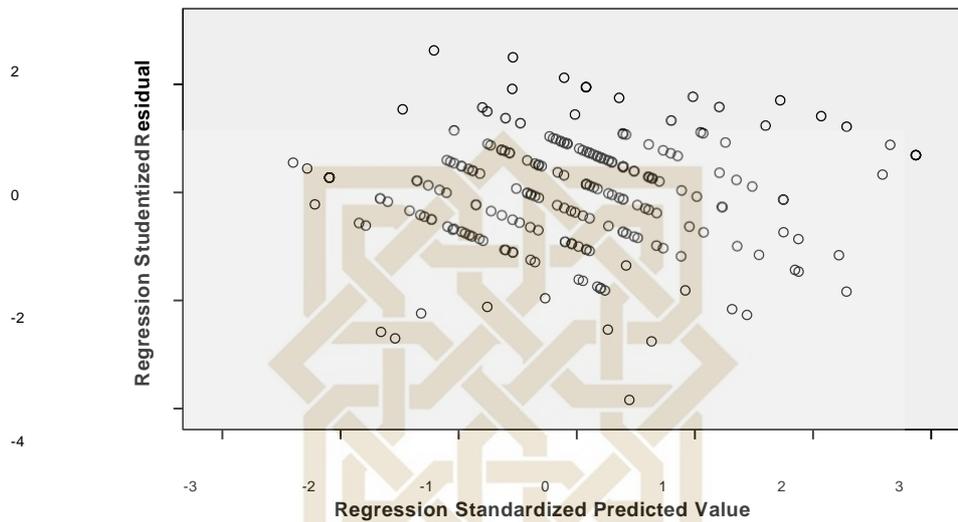
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	tolerance	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta		VIF	B	Std. Error
1(Constant)							
pendapatan_x1	,143	,271	,527		,598		
Kepercayaan_x2	,139	,065	,128	2,130	,034	,670	1,492
	,456	,079	,395	5,737	,000	,512	1,953
risiko_x3	,140	,074	,129	1,886	,061	,521	1,919
Pengetahuan_x4	,181	,073	,151	2,473	,014	,649	1,542

a Dependent Variable: minatnasabah_y Sumber: data diolah SPSS 15, 2020

Kriteria pengujian multikolinearitas adalah nilai tolerance $>0,10$ dan nilai VIF <10 maka tidak terjadi multikolinearitas begitu juga sebaliknya. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan menunjukkan nilai tolerance pada variabel pendapatan sebesar 2,130 , pada variabel kepercayaan sebesar 5,737, pada variabel risiko sebesar 1,886, dan pada variable pengetahuan produk sebesar 2,473. Setiap variabel independent tidak ada yang memiliki nilai kurang dari 0,10 dan nilai variance inflation factor (VIF) juga menunjukkan bahwa tidak ada bariabel yang memiliki nilai yang lebih dari 10, maka dapat dikatakann bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Dependent Variable: minatnasabah_y



Sumber: data diolah SPSS 15, 2020

Apabila data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 serta tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas. Dari gambar di atas menunjukkan bahwa data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 dan tidak menunjukkan pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4. Uji Hipotesis

Koefisien determinasi

Tabel 4. 5
Hasil Uji Koefisien

Determinasi Model
Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,664(a)	,441	,432	,41888

a Predictors: (Constant), pengetahuan_x4, pendapatan_x1, risiko_x3, kepercayaan_x2 b

Dependent Variable: minatnasabah_y

Sumber: data diolah SPSS 15, 2020

Dari tampilan output SPSS model summary, besarnya adusted R2 adalah 0,441 hal tersebut berarti 44% variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sedangkan sisnya ($100\% - 44\% = 56\%$) dijelaskan oleh variabel diluar penelitian

Uji F

Tabel 4. 6
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	31,875	4	7,969	45,417	,000(a)
	Residual	40,355	230	,175		
	Total	72,230	234			

a Predictors: (Constant), pengetahuan_x4, pendapatan_x1, risiko_x3, kepercayaan_x2 b

Dependent Variable: minatnasabah_y

Sumber: data diolah SPSS 15, 2020

Dari uji ANOVA atau bisa disebut uji F test yang didapatkan dai nilai F hitung sebesar 45,417 dengan probabilitas yakni 0,000, karena probabilitas yang terjadi lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat nasabah ata dapat dikatakan bahwa pendapatan, risiko, dan pengetahuan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 7

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	,143	,271		,527	,598
pendapatan_x1	,139	,065	,128	2,130	,034
kepercayaan_x2	,456	,079	,395	5,737	,000
risiko_x3	,140	,074	,129	1,886	,061
pengetahuan_x4	,181	,073	,151	2,473	,014

a Dependent Variable: minatnasabah_y sumber: data diolah SPSS 1, 2020

Dari data tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan variabel pendapatan sebesar 0,034, kepercayaan sebesar 0,000, risiko sebesar 0,061 dan pengetahuan

produk sebesar 0,014 dengan nilai signifikan pada 0,05. Sehingga nilai signifikan variabel pendapatan, kepercayaan dan pengetahuan produk lebih kecil dari 0,05 sedangkan risiko lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel minat nasabah dipengaruhi oleh pendapatan, kepercayaan, dan pengetahuan produk dan variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dengan persamaan sistematis :

$$Y = 0,143 + 0,139 + 0,456 + 0,140 + 0,181 + e.$$

Interpretasi nilai signifikan:

- a. Variabel pendapatan menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,139 dengan nilai signifikansi $0,034 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat nasabah.
- b. Variabel kepercayaan menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,456 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka artinya bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat nasabah.
- c. Variabel risiko menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,140 dengan nilai signifikansi sebesar $0,061 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah. Artinya, tinggi rendahnya risiko yang akan diterima nasabah tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menjadi nasabah tabungan haji, karena sudah dari awal nasabah tersebut tidak minat dengan produk tabungan haji tersebut.
- d. Variabel pengetahuan produk menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,181 dengan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat nasabah.

C. Pembahasan Penelitian

Pada bagian ini penelitian akan membahas mengenai hasil analisis data yang telah diteliti uji dengan menggunakan program SPSS 15, yakni analisis pengaruh variabel pendapatan, kepercayaan, risiko dan pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji sebagai variabel dependen. Berikut ini tabel ringkasan hasil pengujian yang telah dilakukan:

Tabel 4. 8
Hasil Hipotesis

Kode	Koefisien regresi	Sig.	Variabel	Hasil
H1	,139	,034	Pengaruh pendapatan terhadap minat nasabah menjadi nasabah tabungan haji	Diterima
H2	,456	,000	Pengaruh kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji	Diterima
H3	,140	,061	Pengaruh risiko terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji	Ditolak
H4	,181	,014	Pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji	Diterima

Sumber : data diolah 2020

Adapun pembahasan mengenai tabel di atas sebagai berikut :

1) Pengaruh pendapatan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa variabel produk

memiliki koefisien regresi sebesar 0,139 dengan nilai signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$, yang artinya variabel pendapatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama lolos uji positif signifikan, yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pendapatan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

Pendapatan menurut Hanun (2017) pendapatan menunjukkan pendapatan atau hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama angka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi. Sedangkan menurut Tama (2014) mahasiswa juga merupakan golongan yang bersekolah dan menerima pendapatan sehingga mahasiswa tidak memiliki pendapatan yang permanen. Pendapatan mahasiswa didapatkan dari uang saku, beasiswa, atau gaji dari mereka bekerja bagi mahasiswa yang bekerja untuk mencukupi kebutuhan mereka. Biasanya mahasiswa yang bekerja itu berasal dari perantauan, karena pada umumnya mahasiswa perantauan lebih memiliki pengeluaran yang lebih besar.

Hal tersebut juga sejalan dengan Azwar (1998) yang menyatakan bahwa *Theory of Planned Behavior* mempunyai peran penting dalam menarik mahasiswa atau calon nasabah untuk menjadi nasabah tabungan haji. Karena *Theory of Planned Behavior* untuk memprediksi perilaku- perilaku yang sepenuhnya tidak di bawah kendali individu sendiri.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Vourtdacsbelina Virgine Fautngiljanan, Agus Supandi Soegoto, dan Yantje Uhing (2014) mengatakan dalam penelitiannya bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang positif

signifikan terhadap minat nasabah. Dengan melihat hasil pada penelitian ini, dapat diartikan bahwa variabel pendapatan dapat menarik minat nasabah menjadi nasabah tabungan haji. Semakin tinggi pendapatan yang diterima oleh mahasiswa maka semakin besar juga daya tarik bagi mahasiswa atau calon nasabah lainnya.

2) Pengaruh kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji

Berdasarkan tabel pengujian regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,456 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua lolos uji positif signifikansi, yang dapat diartikan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

Menurut Sumaran (2004) mengatakan bahwa kepercayaan merupakan kekuatan suatu produk memiliki atribut tertentu. Sedangkan Mowen dan Minor mengatakan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Prasetyo (2012) juga menjelaskan bahwa kepercayaan calon nasabah dapat diukur dengan sikap seorang calon nasabah atas pengalaman yang pernah mereka alami. Membuat seseorang percaya relatif lebih sulit dan membutuhkan waktu yang lebih kompleks. Dalam proses tersebut akan menyumbangkan hubungan yang berarti bagi pembeli dan penjual dan akan memberikan dampak meningkatnya kesetiaan yang akhirnya meningkatkan kepuasan bagi calon nasabah.

Kotler (2009) mengatakan bahwa kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana) calon nasabah akan semakin cepat tertarik dengan

adanya suatu kepercayaan dalam diri calon nasabah itu sendiri. Kepercayaan calon nasabah juga didukung oleh pengalaman calon nasabah itu sendiri dan usaha suatu perusahaan membuat percaya calon nasabah untuk menarik calon nasabah untuk menjadi nasabah tabungan haji di perusahaan mereka.

Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Makhdaleva Hanura Tajudin (2017) dalam penelitiannya yang dilakukan pada bank syariah menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Maka dapat ditarik kesimpulan yakni variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

3) Pengaruh risiko terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji

Berdasarkan uji regresi linear berganda didapatkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,140 dan dengan nilai signifikansi sebesar $0,061 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa X_3 berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, atau bisa disebut tidak berpengaruh. Oleh karena variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

Menurut Roosmawarni (2020) secara umum risiko merupakan sesuatu kemungkinan yang mungkin terjadi dan berakibat pada kerugian. Maka penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Erfina Indriyani (2018) dalam penelitiannya yang dilakukan pada bank BUMN menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Dengan melihat hasil pada penelitian ini, dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya risiko yang akan diterima nasabah tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menjadi nasabah

tabungan haji, karena sudah dari awal nasabah tersebut tidak minat dengan produk tabungan haji tersebut.

4) Pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji

Berdasarkan uji regresi linier berganda didapatn hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,181 dan dengan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0.05$. hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis keempat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah tabungan haji.

Pengetahuan produk adalah sebuah kumpulan berbagai macam informasi tentang produk yang meliputi kategori produk, informasi, atribut, harga, dan kepercayaan mengenai produk. Menurut Gordon (1994) pengetahuan adalah sebagai dasar kebenaran atau fakta yang harus diketahui dan diterapkan dalam pekerjaan. Fajar Laksana mengatakan bahwa produk yakni sesuat yang bentuk fisik atau nonfisik yang bisa ditawarkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Sejalan dengan teori *Theory of Planned Behaviour* (teori perilaku terencana) yang menyatakan bahwa pengetahuan produk masuk dalam kategori sikap yang memengaruhi perilaku konsumen. Karena pengetahuan calon nasabah terhadap suatu produk berbeda-beda yang nantinya akan digunakan untuk para calon nasabah mencari informasi dan akan menghasilkan suatu keputusan.

Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari Muhyidin (2007) dalam penelitiannya yang dilakukan pada bank syariah menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Dengan melihat hasil pada penelitian ini, dapat diartikan bahwa variabel

pengetahuan produk dapat menarik minat menjadi nasabah tabungan haji. Semakin banyak pengetahuan tentang produk tabungan haji maka akan semakin besar juga daya tarik calon nasabah menjadi nasabah tabungan haji.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut analisis dan pembahasan penelitian mengenai Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Risiko, dan Pengetahuan Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga), dapat disimpulkan seperti berikut ini:

1. Variabel pendapatan menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,139 dengan nilai signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah tabungan haji.
2. Variabel kepercayaan menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,456 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah tabungan haji.
3. Variabel risiko menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,140 dan dengan nilai signifikansi sebesar $0,061 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan variabel risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah tabungan haji.
4. Variabel pengetahuan produk menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,181 dan dengan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel

minat menjadi nasabah tabungan haji.

B. Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini yakni hanya bisa mengambil penelitian melalui google form karena dalam penelitian sedang dalam wabah Covid- 19 dan perkuliahan dilakukan dirumah. Variabel yang digunakan hanya 4 yakni pendapatan, kepercayaan, risiko, dan pengetahuan produk. Adapun *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana) dan pastinya masih ada beberapa faktor lain yang teorinya dapat diuji dan akan memengaruhi minat menjadi nasabah tabungan haji.

C. Saran

Saran dari penelitian ini dan berdasarkan kesimpulan, maka muncul saran yang nantinya dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang bersangkutan dengan hasil penelitian ini. Saran-saran yang dapat disimpulkan yakni sebagai berikut :

1. Bagi Pegadaian Syariah

Pegadaian dapat meningkatkan kepercayaan terhadap nasabah dan memperluas iklan produk tabungan haji. Karena hal tersebut akan memengaruhi minat nasabah menggunakan produk tabungan haji Pegadaian syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saya mengharapkan partisipasi yang aktif untuk peneliti selanjutnya saat meneliti aspek-aspek lainnya yang bersangkutan dengan minat menjadi nasabah tabungan haji. Bagian sampel lebih baik ditambah dan diperluas agar penelitian menjadi lebih subjektif. Lebih baik juga dilakukan wawancara dengan sampel yang

digunakan dengan menggunakan pernyataan agar data lebih lengkap. Sehingga nanti memberikan jawaban yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.



DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Syafudin. 1997. *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta:Gajah Mada University Press.
- Arsita Dewi, Rida. 2018. *Pengaruh Pendapatan, Regiuiistas, dan Daftar Tunggu Tabungan Haji Terhadap Minat Santri untuk Menabung Tabungan Haji dengan Pendekatan Theory of Plannes Behavior (Studi Kasus pada Pondok Pesanren Wahid Hasyim Condong Catur Sleman Yogyakarta)*. Skripsi: UIN Sunan Kalijaga.
- Armayanti. 2011. *Penerapan Metode Role Playing untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada Submateri Pokok Sistem Ekskresi pada Manusia di Kelas XI IPA SMA N 11 Medan*.
- Adi Sutiawan, Riza Bahtiar Sulistyan, Ninik Lukiana. *Persepsi Kualitas Produk, Nilai, Resiko, dan Niat untuk Membeli Sepeda Motor di Lumajang*. Jurnal : STIE Widya Gama Lumajang.
- Basri dan Ikhwan Abidin. 2008. *Manajemen Resiko*. Jakarta:Bumi Aksara.
- dewantara, Anang Sugara & Rizki Yudhi. 2007. *analisis kepercayaan dan kepuasan terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online*.
- Ferista Yoka. 2014. *Pengaruh Risiko yang Dipersepsikan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli pada Konsumen Kaskus Website di UNY*.
- Ghazali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21*. Semarang : UINDIP.
- Hanuta Tajudin, Makhdaleva. 2017. *Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Mabror Bank Syariah Mandiri KCP.Sawangan*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hutauruk, Keyshya Hulda Sylvia. 2009. *pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas tanjungpura*. Jurnal.
- Hanum Nurlaila. 2017. *Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa*. Jurnal.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga Jilid I.

- Laksmi Rithmaya, Citra. 2016. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan Internet Banking*. Jurnal : STIE Perbanas Surabaya.
- Laely, Nur. 2016. *analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada Pt telkomsel di kota Kediri*.
- M.Tuanakotta Theodorus. *Teori Akuntansi*. 2000.
- Mutmainnah B, Ismiyati. 2013. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Tabungan Haji pada Bank Sulselbar Syariah Cabang Makasar*. Skripsi: UIN Alauddin Makasar.
- Mulyadi, Reza. 2019. *Pengaruh Reputasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh*. Skripsi:UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Marlius, Doni. 2016. *Pengaruh Pembaruan Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah dalam Menabung pada Anak Nagari Cabang Muaralabuh*.
- Muhyidin. 2017. *Pengaruh Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk Bank, Kepercayaan, dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*. Skripsi : IAIN Salatiga.
- Maulidizen, Ahmad. 2018. *dampak ekonomi bank dan nasabah dari aplikasi dana talangan haji pada bank mega syariah cabang pekanbaru*.
- Notoatmodjo. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Naazir. Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Nurlela. 2016. *Persepsi Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji pada Bank BRI Syariah KCP Purwodai*.
- Naser Dulay, Aqwa. 2007. *Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah di Indonesia*.
- Pradipta, Ilham Abdi. 2018. *Analisis Hukum Terhadap Produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah*. Journal : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Prajodikoro. 1978. *Pengalaman dan Pengamalan Ibadah Haji*. Yogyakarta.

- Putra Baskara Isnain dan Garuh Taufan Hariyadi. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jjejaring Sosial*. Jurnal : Universitas Dian Nuswanto.
- Priyatno. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Roosmawarni, Anang Firmansyah, dan Anita. 2020. *Kewirausahaan*. Pasuruan:Qiara Media.
- Roosdhianasari,Meyke Ricky. 2014. *Analisis Terhadap Risiko Pembiayaan Dana Talangan Qord wal Ijarah untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji Pada BMT NU Sejahtera Kantor Operasional Mangkang*. Skripsi : UIN Walisongo Semarang.
- Ritonga, Vera Erlinda, dan Harini Doli. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Bank Oleh Nasabah Tabungan Haji (Studi Kasus : Peserta Bimbingan Manasik Haji Azizah Kec. Medan Johor*.
- Sangadi, Etta Mamang dan Shopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta:C.V ANDI.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Slameto. 1991. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sukandarrumidi. 2012. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada University Press.
- Sutedi, Adrian. 2011. *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Taufik Tama, Ridony. 2014. *Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi
- Vaurtdacsbelina Virgine Fautngijanan, Agus Supardi Soegoto, Yantjeuhing. 2014. *Gaya hidup dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential di Kota Manado*. Jurnal : Universitas Sam Ratulangi Manado.

Undang-undang peraturan Menteri Agama Republik Indonesia.

<http://biroumrohmalang.blogspot.com/2017/07/pengertian-haji-menurut-para-ulama.html> . Diakses pada 29 Desember 2019

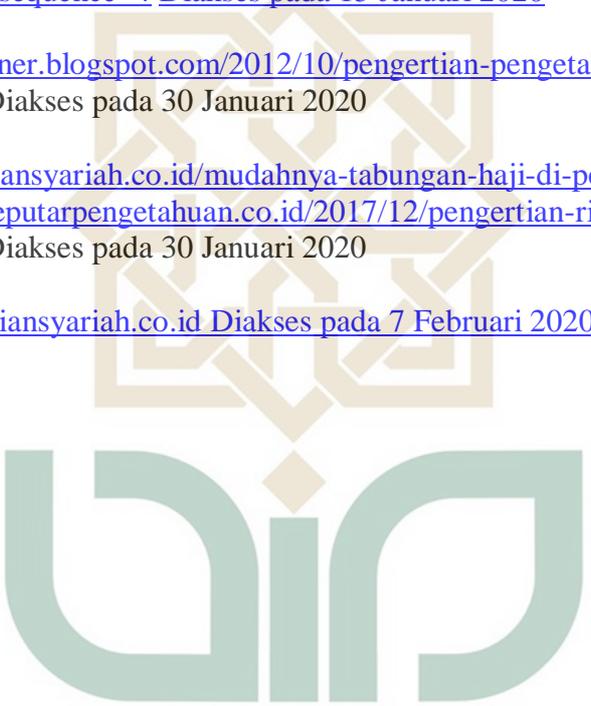
<https://www.simulasikredit.com/apa-itu-tabungan-haji-mengapa-penting-memilikinya/> Diakses pada 29 Desember 2019

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3859/Bab%202.pdf?sequence=4> Diakses pada 15 Januari 2020

<http://glorycorner.blogspot.com/2012/10/pengertian-pengetahuan-menurut-para-ahli.html> Diakses pada 30 Januari 2020

<https://pegadaiansyariah.co.id/mudahnya-tabungan-haji-di-pegadaian-detail-8372>
<https://www.seputarpengertian.co.id/2017/12/pengertian-risiko-menurut-para-ahli.html> Diakses pada 30 Januari 2020

<https://pegadaiansyariah.co.id> Diakses pada 7 Februari 2020



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sedang mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Risiko, dan Pengetahuan Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)”**. Saya selaku peneliti meminta kesediaan teman-teman untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon kepada teman-teman untuk memberikan jawaban sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang teman-teman berikan tidak akan berpengaruh pada diri teman-teman, karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Hormat Saya,



Nur Maulida Yulianti

16830013

Bagian 1

Data Responden

Berikut merupakan karakteristik yang wajib untuk diisi berdasarkan dengan nama responden, jurusan responden, dan semester responden.

1. Nama Responden.....
2. Semester Responden.....
3. Jurusan Responden

Bagian 2

Petunjuk Pengisian

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan. Anda diminta memilih pernyataan yang sesuai dengan diri anda. Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang anda pilih dari kelima alternatif jawaban yang tersedia pada tiap-tiap pernyataan, yakni:

- Sangat Tidak Setuju (STS)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Setuju (SS)
- Netral (N)
- Setuju (S)
-

Variabel Pendapatan

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya dapat menyisihkan pendapatan/uang saku untuk menabung pada tabungan haji.					
2.	Saya mendapatkan fasilitas tambahan dalam tabungan haji di Pegadaian Syariah.					
3.	Tabungan haji menguntungkan bagi nasabah.					
4.	Uang saku yang dimiliki mahasiswa dapat mencukupi kebutuhan dan menabung tabungan haji.					

Variabel Kepercayaan

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pegadaian Syariah berkata jujur dan tidak menyembunyikan informasi penting bagi calon nasabah.					
2.	Memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan.					
3.	Memenuhi apa yang diinginkan nasabah.					
4.	Saya percaya pada produk tabungan haji yang dimiliki Pegadaian Syariah					

Variabel Risiko

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menggunakan produk tabungan haji dari Pegadaian Syariah tidak memiliki risiko yang tinggi terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi nasabah.					
2.	Pegadaian Syariah memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah.					
3.	Adanya bukti pada setiap transaksi penyetoran pada produk tabungan haji yang lengkap dengan waktu transaksi.					
4.	Pegadaian Syariah dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi produk tabungan haji.					

Variabel Pengetahuan Produk

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Tabungan haji Pegadaian Syariah menggunakan akad qard wal ijarah, sedangkan dana talangan haji dilarang oleh pemerintah.					
2.	Transaksi yang dilakukan Pegadaian Syariah relative terbatas karena adanya batasan waktu pembayaran.					
3.	Tabungan haji Pegadaian Syariah yaitu sebagai produk yang dikeluarkan untuk memudahkan nasabah untuk melaksanakan ibadah haji. .					
4.	Pegadaian Syariah memiliki aplikasi digital untuk memantau rekening tabungan haji para nasabah.					

Variabel Minat Nasabah

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Biaya talangan haji di Pegadaian Syariah terjangkau membuat saya berminat menjadi nasabah tabungan haji di Pegadaian Syariah.					
2.	Syarat dan proses menjadi nasabah tabungan haji di Pegadaian Syariah tidak ribet, membuat saya berminat untuk menjadi nasabah tabungan haji di Pegadaian Syariah.					
3.	Saya puas atas pelayanan dan keberadaan produk tabungan haji di Pegadaian Syariah.					
4.	Saya berminat menggunakan produk tabungan haji di Pegadaian Syariah.					

Lampiran 2 : Data Variabel Dependen dan Independen

1.3	1.4	Total X1	2.1	2.2	2.3	2.4	Total X2	3.1	3.2	3.3	3.4	Total X3	4.1	4.2	4.3	4.4	Total X4	5.1	5.2	5.3	5.4	Total Y
4	3	3,5	4	4	4	3	3,75	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75
4	4	3,75	3	3	3	4	3,25	4	3	4	4	3,75	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4
5	3	4	5	5	5	4	4,75	4	5	5	4	4,5	4	4	5	5	4,5	4	4	4	4	4
5	4	4,75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	5	4	4	4,25	3	5	5	4	4,25	3	3	5	4	3,75	3	3	4	4	3,5
5	2	3,75	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	4	5	2	4	3,75	4	2	3	3	3
5	4	4	4	4	3	4	3,75	2	4	5	5	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3,25
5	4	3,75	5	4	4	5	4,5	4	4	3	3	3,5	3	3	5	4	3,75	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3,25	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2,75	3	3	3	4	3,25	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3,25
4	3	3,5	5	4	4	4	4,25	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3,75
3	3	4	2	3	3	3	2,75	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3,75	1	2	3	2	2
4	3	3,25	5	4	5	4	4,5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	3,25	3	4	3	5	3,75
4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,5
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3,25
4	2	3,25	4	4	4	3	3,75	4	4	3	4	3,75	4	3	4	4	3,75	4	3	4	3	3,5
4	4	3,75	3	3	3	4	3,25	3	3	4	3	3,25	4	3	4	4	3,75	3	3	3	3	3
5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,25	4	4	4	5	4,25

4	4	4	5	5	4	3	4,25	5	5	3	5	4,5	5	5	3	4	4,25	3	5	3	5	4
5	3	3,75	4	5	4	4	4,25	4	4	5	4	4,25	4	4	5	2	3,75	4	4	4	3	3,75
4	3	3,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	3	2	3	3	2,75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3,25	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	3	3	5	3	3,5	4	4	3	4	3,75
4	4	3,5	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75
3	4	3,75	5	2	4	3	3,5	3	5	5	5	4,5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4,5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3,75	4	5	4	5	4,5	4	4	5	4	4,25	3	2	5	3	3,25	4	4	4	4	4
5	4	4,25	5	4	4	5	4,5	3	4	4	4	3,75	5	4	5	4	4,5	5	4	5	4	4,5
3	4	3,5	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4,5	4	4	4	4	4
5	3	4,25	5	5	4	4	4,5	3	5	5	4	4,25	4	4	5	5	4,5	3	3	3	4	3,25
4	3	3,75	3	4	3	3	3,25	3	3	4	4	3,5	4	3	4	4	3,75	2	3	3	4	3
4	3	3	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	5	4	4,25	2	3	3	3	2,75
4	2	3,5	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	4	4	4	3,75
3	3	3	3	3	3	2	2,75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	5	4,25	4	4	3	4	3,75	4	4	5	4	4,25	3	2	4	4	3,25	3	3	3	4	3,25
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4
4	3	3,5	3	4	4	3	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	3	4	3,25
4	4	4,25	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4,5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3,75
4	3	3,75	5	5	5	4	4,75	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4,25	5	4	4	4	4,25
4	3	3,75	4	3	4	3	3,5	4	3	3	4	3,5	3	3	3	4	3,25	4	3	3	4	3,5
3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	2	3	5	4	3,5	4	2	3	4	3,25

4	2	3	4	4	3	4	3,75	2	4	4	4	3,5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3,25
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3,5
4	4	3,75	4	4	4	3	3,75	3	3	4	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75
4	3	3,75	4	5	4	5	4,5	2	4	5	5	4	3	3	5	4	3,75	5	5	3	4	4,25
4	2	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4,75	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3,25
4	2	2,75	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4,25	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	4	4	5	5	4	2	4	4	5	5	5	4,75	5	5	4	4	4,5	2	3	4	4	3,25
4	2	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4
4	3	3,25	3	3	4	4	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	3	4	3,25	4	3	3	4	3,5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,75
4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75
5	4	4,5	5	5	4	4	4,5	3	4	4	3	3,5	4	3	5	3	3,75	4	3	5	4	4
4	3	3,5	4	5	4	4	4,25	4	4	5	4	4,25	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4,25
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
4	3	3,75	3	4	3	4	3,5	3	3	4	3	3,25	3	3	4	3	3,25	4	3	3	4	3,5
4	3	3,5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4,25	3	3	5	4	3,75	4	4	3	4	3,75
5	4	4,5	5	5	4	4	4,5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	4	4	3	4	3,75
3	3	3,25	3	4	3	3	3,25	2	3	5	3	3,25	3	4	4	4	3,75	3	3	3	3	3
3	3	3,5	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3,25	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3,25	3	3	3	4	3,25	4	4	4	5	4,25
3	3	3,25	4	4	4	3	3,75	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4,5
4	3	3,75	4	5	4	4	4,25	4	4	5	4	4,25	5	4	5	5	4,75	4	4	3	4	3,75
4	3	3,5	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75

4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3,25	4	3	3	4	3,5
4	2	3	3	4	3	4	3,5	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3,25	3	3	3	4	3,25
5	2	3,5	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5
4	4	4	3	3	3	4	3,25	3	4	4	3	3,5	3	3	4	4	3,5	4	3	3	4	3,5
4	4	4,25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5
4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4,25	3	3	3	4	3,25
4	3	2,75	3	4	3	4	3,5	3	3	4	3	3,25	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3,75
4	3	3,5	4	5	4	4	4,25	3	4	5	4	4	4	2	5	3	3,5	4	4	3	5	4
4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	3	3	4	4	3,5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	3	3	4	3,5
4	3	4	5	5	5	4	4,75	5	5	5	4	4,75	3	4	5	5	4,25	5	5	5	5	5
4	3	3,5	3	4	3	4	3,5	3	4	4	3	3,5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3,5
4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4
4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4
4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3,5	3	3	5	4	3,75	4	5	4	4	4,25
4	3	3,25	3	4	5	4	4	3	4	4	2	3,25	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3,5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4,5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	3	4	3	3	3	3	3	5	1	1	3	2,5	2	4	5	4	3,75	3	1	1	3	2
4	3	3,25	4	4	3	1	3	4	3	4	3	3,5	3	4	4	5	4	4	2	2	1	2,25
4	3	4	5	4	4	4	4,25	4	2	3	4	3,25	4	3	5	4	4	4	5	3	5	4,25
4	3	3,5	3	3	3	4	3,25	3	3	4	3	3,25	3	3	4	4	3,5	3	3	3	4	3,25

3	4	3,5	3	4	4	3	3,5	3	3	4	3	3,25	3	2	5	5	3,75	3	3	3	3	3
4	4	4,25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4
4	4	3,75	4	5	4	4	4,25	3	4	5	4	4	3	3	4	3	3,25	3	3	3	3	3
3	4	3,25	3	3	3	4	3,25	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3,75	3	3	3	3	3
5	3	3,75	5	5	4	4	4,5	3	4	5	3	3,75	5	4	4	5	4,5	4	4	5	5	4,5
4	3	3,75	3	3	4	4	3,5	4	3	4	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	3	3	3	3,25
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3,75	5	4	4	4	4,25	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4,25	3	4	3	4	3,5
4	4	3,75	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	3	4	3	3	3,25
5	5	4,25	3	4	3	4	3,5	4	4	3	3	3,5	4	3	4	3	3,5	4	4	3	4	3,75
5	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3,75	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4
4	3	3,5	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3,75	4	4	4	3	3,75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3
5	4	4,5	5	5	4	4	4,5	4	5	4	4	4,25	4	4	5	5	4,5	3	4	4	4	3,75
4	2	3,5	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3,75	3	4	4	3	3,5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,5	4	3	4	4	3,75
3	4	4	4	4	3	4	3,75	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4,5
4	3	3,75	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3,75	4	3	4	4	3,75	4	5	4	5	4,5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3,75

5	1	2,25	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3,25	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4	
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75	
5	5	5	4	4	5	5	4,5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4,75	5	4	4	4	4,25	
4	3	3,5	4	4	4	3	3,75	3	3	4	4	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3	
4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3,25	3	3	3	3	3	
4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	3,75	3	4	3	4	3,5	3	3	4	3	3,25	3	3	4	4	3,5	3	3	3	4	3,25	
4	4	4,25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4,75	
4	2	3,5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4,75	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4	
5	2	3,75	3	5	5	4	4,25	5	3	4	3	3,75	5	4	5	5	4,75	2	4	4	4	3,5	
5	4	4,25	5	4	5	4	4,5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	5	5	4	5	4,75	
3	3	3,25	4	4	3	4	3,75	4	3	4	3	3,5	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3,5	
4	3	3,75	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	3,5	4	4	3	3	3,5	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	3	4,5	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4,25	4	4	3	3	3,5
4	4	4	4	5	5	5	4,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	3,5	4	4	4	3	3,75	3	3	4	3	3,25	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	3	4	3	3,5	4	4	4	4	4	
4	4	3,75	4	5	5	4	4,5	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	
4	3	3,5	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	3,25	
4	3	3,5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,5	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3,25	
3	4	3,25	4	5	5	3	4,25	3	5	5	4	4,25	4	3	5	5	4,25	3	2	3	3	2,75	

5	3	4,5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4,5	4	3	3	5	3,75	4	3	4	4	3,75
5	2	3,75	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	2	4	5	4	3,75	4	4	4	4	4
4	3	3,25	3	4	3	5	3,75	5	5	4	5	4,75	3	3	5	3	3,5	4	4	3	4	3,75
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75
4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	4	3	3,75	3	3	3	4	3,25
3	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	4	4	3	4	3,75
2	3	2,5	3	4	4	4	3,75	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4,75	4	2	2	3	2,75
4	3	3,25	4	3	3	4	3,5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3,5	2	2	3	3	2,5
4	4	3,5	2	4	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3,75	4	5	5	4	4,5
4	4	4	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	3	2	4	3,25
4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	3	3	3,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	4,5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	3	5	5	4	5	4	4	4	4,25
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,25
4	3	3,75	5	5	4	3	4,25	4	3	3	3	3,25	4	3	4	4	3,75	3	3	3	3	3
4	4	3,75	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,5
4	4	3,75	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4	4	3	5	5	4,25	4	4	4	5	4,25	4,25
3	2	2,5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3,5	4	4	3	4	3,75	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75
4	3	3,25	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4,25	4	4	5	4	4,25	4	5	5	4	4,5	4	4	5	5	4,5	4	4	4	4	4

4	3	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3,5	3	3	4	4	3,5
4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	3	3	3	4	3,25	3	4	4	3	3,5	3	3	3	4	3,25
3	2	3,25	3	4	3	3	3,25	3	4	4	4	3,75	3	3	4	5	3,75	4	4	3	3	3,5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4,75	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75
4	3	3,5	3	4	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3,5	3	3	4	4	3,5	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3,75	4	4	4	5	4,25	4	4	5	2	3,75	4	2	5	5	4	4	3	4	4	3,75
5	3	4	4	4	4	5	4,25	3	3	4	4	3,5	4	4	5	4	4,25	5	4	3	4	4
5	4	4,25	5	4	5	4	4,5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4,75	4	3	4	4	3,75
4	4	3,75	4	3	3	4	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75
3	1	2	3	5	3	3	3,5	2	3	3	3	2,75	4	4	5	5	4,5	5	5	3	4	4,25
4	3	3,75	4	4	3	3	3,5	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	3	3	3	3	3
5	4	4,75	4	4	4	3	3,75	3	4	4	4	3,75	3	3	3	4	3,25	4	3	3	3	3,25
4	3	3	3	4	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3,25	3	3	3	3	3
4	3	3,75	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75
3	3	3,5	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	3,5
5	2	3,5	4	4	4	5	4,25	4	4	5	4	4,25	5	2	4	4	3,75	5	3	3	3	3,5
3	2	2,75	3	4	3	3	3,25	4	3	3	3	3,25	3	3	4	3	3,25	3	3	3	3	3
4	5	4,5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4,25	4	4	4	5	4,25	5	5	4	4	4,5
4	3	3,25	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3,75	3	3	3	4	3,25
3	4	3,5	3	4	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	4	3	4	3,75
4	2	3,5	4	3	4	4	3,75	3	4	4	3	3,5	3	4	4	4	3,75	3	4	3	4	3,5
5	4	4,5	5	5	4	4	4,5	5	4	5	5	4,75	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4,25

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4,5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4,5	4	5	4	4	4,25
4	3	4,25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	4	5	4,25	5	5	5	4	4,75	5	4	5	5	4,75	4	3	4	4	3,75
3	2	2,75	5	4	4	4	4,25	4	4	5	4	4,25	4	3	5	5	4,25	2	2	3	2	2,25
3	2	2,75	3	4	3	3	3,25	4	4	4	3	3,75	4	3	4	3	3,5	3	4	3	3	3,25
4	4	4	4	5	4	4	4,25	2	4	5	4	3,75	5	3	5	5	4,5	3	5	4	5	4,25
4	3	3,75	5	5	5	4	4,75	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4,75	5	4	5	5	4,75
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3,75	4	4	4	4	4
4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	2	4	4	4	3,5	4	2	4	2	3
5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,75	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3,25	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3,5
4	3	3,25	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3,5
4	2	3,25	3	4	3	3	3,25	4	4	4	3	3,75	3	3	4	4	3,5	3	4	3	3	3,25
4	3	3,75	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	3	3	2	3	2,75	2	3	3	3	2,75
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3,5	3	4	3	3	3,25
4	2	3,5	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3,25	4	4	3	4	3,75
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2,75	2	3	3	3	2,75
5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,75	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,75
3	2	3,25	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	3,5	3	4	3	4	3,5	4	4	4	3	3,75	3	3	4	3	3,25	4	3	3	4	3,5

4	2	3,5	3	4	3	4	3,5	3	3	4	4	3,5	3	3	4	3	3,25	3	3	3	3	3
4	2	2,75	4	4	3	3	3,5	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	3	3	4	4	3,5
5	4	4,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3,25	3	4	4	4	3,75	3	4	4	3	3,5	3	4	4	3	3,5	3	4	4	4	3,75
5	4	4,75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5	5
4	2	3,25	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	3,75	4	5	4	5	4,5	5	4	2	3	3,5
4	4	3,75	3	3	4	4	3,5	3	3	3	4	3,25	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75
4	2	3,25	3	3	3	4	3,25	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75	3	4	4	4	3,75
4	5	4,5	4	5	4	5	4,5	4	5	4	4	4,25	4	3	3	4	3,5	4	5	5	4	4,5
5	3	4	4	4	4	5	4,25	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4,25	5	5	4	5	4,75
4	3	3,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3,5	5	4	5	3	4,25	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3,75	4	4	3	3	3,5
5	1	2,75	4	3	4	3	3,5	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3,5	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3,5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3,5	5	4	5	3	4,25	2	5	3	5	3,75	1	2	4	3	2,5	5	2	3	4	3,5
4	4	3,75	3	5	3	4	3,75	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4,25	3	4	4	4	3,75	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4,25	3	4	4	4	3,75
4	3	2,75	4	3	3	4	3,5	4	3	3	3	3,25	3	3	4	4	3,5	3	3	3	3	3
3	3	3,5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75	4	3	4	4	3,75

Lampiran 3 : Foto Lokasi Tempat Penelitian



Lampiran 4 : Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

Nomor : B-698/Un.02/DEB.1/PT.01.04/04/2020

17 April 2020

Sifat : Penting

Lamp. : 3 bendel

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
Pegadaian Syariah
(Unit Sariharjo)

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir/skripsi yang berjudul "**PENGARUH PENDAPATAN, KEPERCAYAAN, RISIKO, DAN PENGETAHUAN PRODUK TABUNGAN HAJI TERHADAP MINAT MENADI NASABAH TABUNGAN HAJI (STUDI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA)**", dengan Dosen Pembimbing Muhi'atun, S.E.I, M.E.I, diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami mengajukan permohonan izin kepada Bapak/Ibu Pimpinan Pegadaian Syariah bagi mahasiswa kami :

Nama : Nur Maulida Yulianti
NIM : 16830013

Program Studi : Managemen Keuangan Syariah

Alamat : Krandon Wedomartani Ngemplak Sleman Yogyakarta

untuk melakukan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Skripsi
2. Fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
3. Fotocopy Kartu Rencana Studi (KRS)

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas diperkenankannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,

Casmiri

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tembusan:
Dekan (sebagai laporan)

CURICULUM VITE

Nama : Nur Maulida Yulianti
Tempat, Tanggal Lahir : Sleman, 20 Juli 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Krandon Wedomartani Ngeplak Sleman
Yogyakarta
No. HP : 082225277214
Email : nurmauliday08@gmail.com

Formal Education

2004-2010 : SD N Krapyak 1
2010-2013 : SMP N 2 Ngaglik
2013-2016 : MAN Yogyakarta 1
2016-Sekarang : UIN Sunan Kalijaga

Informasi Education

2016 : Internet and Computer Training
2016 : Pelatihan Bahasa Inggris dan Bahasa Arab P2B
UIN Sunan Kalijaga
2017-2018 : Bridung Course (Bahasa Inggris dan Arab)