

**DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN
HAJI PADA BANK SYARIAH INDONESIA**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEOLEH GELAR
MAGISTER EKONOMI ISLAM**

OLEH:

SITI NIKMATUL ARAFAH

NIM: 23208011023

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS USLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

**DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN
HAJI PADA BANK SYARIAH INDONESIA**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEOLEH GELAR
MAGISTER EKONOMI ISLAM**

OLEH:

SITI NIKMATUL ARAFAH

NIM: 23208011023

PEMBIMBING:

PROF. DR. MISNEN ARDIANSYAH, S.E., M.SI., AK., CA., ACPA.

NIP. 19710929 200003 1 001

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

2025

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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-924/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN HAJI PADA
BANK SYARIAH INDONESIA
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SITI NIKMATUL ARAFAH, S.E.
Nomor Induk Mahasiswa : 23208011023
Telah diujikan pada : Rabu, 11 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 68509ebcee9ed



Penguji I

Dr. Slamet Haryono, SE, M.Si., Ak., CA
SIGNED

Valid ID: 684e114a6b367



Penguji II

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 68502bdb539d1



Yogyakarta, 11 Juni 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 68509ebcea07e

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Kepada:

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Siti Nikmatul Arafah
NIM : 23208011023
Judul Tesis : “Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji
Pada Bank Syariah Indonesia”

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam bidang ilmu ekonomi.

Dengan ini saya mengharapkan agar tesis tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 22 Mei 2025
Pembimbing,



Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.SI., AK., CA., ACPA
NIP. 19710929 200003 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nikmatul Arafah

NIM : 23208011023

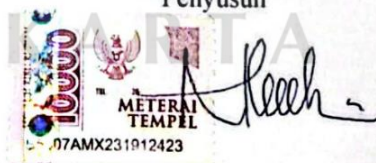
Jurusan/Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul “**Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 11 Mei 2025

Penyusun



Siti Nikmatul Arafah
NIM. 23208011023

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nikmatul Arafah
NIM : 23208011023
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UIN Sunan Kalijaga berkah menyimpan, mengalihmedia/informasikan, mengelola, dalam bentuk data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 11 Mei 2025



(Siti Nikmatul Arafah)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nikmatul Arafah

NIM : 23208011023

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia”

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan ke dalam jurnal yang tersitasi standard DOAJ (*Directory of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta
Pada tanggal: 11 Mei 2025



(Siti Nikmatul Arafah)

HALAMAN MOTTO

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“ Apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah.
Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

(Q.S Ali Imran: 159)

أُطْلُبْ عُلُومًا وَاجِدْهَا كَثِيرًا

“Carilah Ilmu sebanyak-banyaknya, dan berjihadlah”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh cinta dan rasa syukur, tesis ini penulis persembahkan kepada:
Kedua orang tua penulis, Ibu Qoriah dan Almarhum Bapak Moh. Adnan yang selalu menjadi sumber inspirasi dan dukungan tak ternilai dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis. Seluruh keluarga penulis, yang senantiasa memberikan dukungan, cinta, dan motivasi di setiap langkah yang penulis ambil. Dengan tulus, penulis mempersembahkan karya ini kepada teman-teman penulis yang telah menemani, mendukung, dan berbagi kebahagiaan dalam perjalanan ini. Penulis juga persembahkan tesis ini kepada dosen-dosen yang telah memberikan bimbingan, ilmu, dan inspirasi, serta mendorong penulis untuk terus belajar dan berusaha mencapai impian. Serta, untuk almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 054b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Śā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Śād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka

ل	Lām	l	el
م	Miim	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

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

C. Konsonan Tunggal

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "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>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karāmah al-auliya</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

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

---َ---	Fathah	ditulis	<i>A</i>
---ِ---	Kasrah	ditulis	<i>i</i>

---	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>
فعل	Fatḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fatḥah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2. Fatḥah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fatḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. Fatḥah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

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

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakaryum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur hanya bagi Allah atas segala hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tesis dengan judul **“Determinan Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia”**. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpah-curahkan kehadiran junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, Keluarga dan Sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya tesis ini dapat terealisasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan memberikan masukan yang membangun dalam penyusunan tesis sampai tahap penyelesaian
3. Bapak Dr. Muhammad Ghofur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

4. Ibu Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I. selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
5. Bapak Dr. H. Slamet Haryono, SE, M.Si. selaku dosen penasehat akademik yang telah membimbing dari awal hingga akhir semester
6. Seluruh dosen Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan wawasan dan pengetahuan selama menempuh pendidikan
7. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu mendukung proses belajar selama masa pendidikan
8. Kedua orang tua, Ibu Qoriah dan Alm. Bapak Moh. Adnan. Dua sosok yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala usaha dan pengorbanan yang telah diberikan agar penulis dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Kepada Almarhum Bapak Moh. Adnan, terima kasih telah menjadi garda terdepan dalam hidup penulis selama 22 tahun. Doa, dukungan, dan ketulusan yang Bapak berikan akan selalu menjadi bekal berharga. Karya sederhana ini adalah bentuk persembahan terakhir yang dapat penulis hadiahkan untuk Bapak. Kepada Ibu Qoriah, terima kasih telah menjadi sosok wanita kuat yang selalu mendampingi penulis dalam suka maupun duka. Terima kasih atas setiap doa, motivasi, dan harapan yang tak pernah henti, yang senantiasa menguatkan langkah penulis hingga mampu berada di titik ini.

9. Pemilik NIM 23208011029 yang selalu menemani, mendukung, dan memperjuangkan penulis hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Kehadiranmu, dengan segala perhatian, dukungan, dan semangat yang tak pernah surut, telah menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan karya ini. Dalam setiap lelah, kamu hadir membawa tenang, dalam setiap ragu, kamu hadir membawa yakin. Semoga denganmu bukan hanya lama, tetapi selamanya.
10. Teman-teman MES B 2023, khususnya Jaini Ikhwaniah, Mulia Anggi Wulandari, Nurul Khaffifah, dan Sastri Aida Zuhra yang selalu menemani, membantu, dan berdiskusi dengan penulis selama menempuh perkuliahan.
11. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Magister Ekonomi Syariah 2023 yang mendukung dan berjuang bersama-sama selama masa perkuliahan.
12. Seluruh pihak yang terlibat dalam proses penelitian dan penyusunan tesis ini, khususnya responden yang telah berkontribusi dalam penelitian ini dan seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Yogyakarta, 11 Mei 2025

Hormat Saya,



Siti Nikmatul Arafah
NIM 23208011023

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
ABSTRAK	xxiii
ABSTRACT	xxiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1. Tujuan Penelitian.....	12
2. Manfaat Penelitian	13
D. Sistematika Pembahasan	13
 BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	 15
A. Landasan Teori	15
1. Perilaku Konsumen	15
2. <i>Consumer Black Box</i> (Kotak Hitam Pembeli)	16
3. Minat	22
4. Kemampuan Finansial.....	23
5. <i>Waiting List</i>	25
6. Promosi	28
7. Religiusitas.....	30
8. Literasi Haji.....	33

B.	Kajian Pustaka.....	35
C.	Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teoritik	43
	1. Pengaruh Kemampuan Finansial terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji	43
	2. Pengaruh <i>Waiting List</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji.....	44
	3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji.....	46
	4. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji.....	47
	5. Peran Literasi Haji dalam Memoderasi Pengaruh Kemampuan Finansial terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji	49
	6. Peran Literasi Haji dalam Memoderasi Pengaruh <i>Waiting List</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji	50
	7. Peran Literasi Haji dalam Memoderasi Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji	52
	8. Peran Literasi Haji dalam Memoderasi Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji	53
BAB III	METODE PENELITIAN	56
A.	Desain Penelitian.....	56
B.	Variabel dan Definisi Operasioanl Variabel Penelitian	57
	1. Variabel	57
	2. Definisi Operasional Variabel	58
C.	Populasi dan Sampel	60
	1. Populasi.....	60
	2. Sampel.....	61
D.	Data dan Teknik Pengumpulan	63
	1. Data	63
	2. Teknik Pengumpulan Data	63
E.	Metode Pengujian Hipotesis	64
	1. Uji Validitas.....	65
	2. Uji Reliabilitas	65
	3. Uji Asumsi Klasik	65
	4. Analisis Regresi	67

5. Uji Hipotesis.....	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	71
B. Analisis Deskriptif	73
1. Deskripsi Data Responden	73
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	83
C. Pengujian Hipotesis.....	106
1. Uji Validitas.....	106
2. Uji Reliabilitas	108
3. Uji Asumsi Klasik	110
4. Analisis Regresi	113
5. Uji Hipotesis.....	120
D. Pembahasan.....	127
1. Pengaruh Kemampuan Finansial terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia	127
2. Pengaruh <i>Waiting List</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia	132
3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia	136
4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia.....	139
5. Peran Literasi Haji dalam Memoderasi Pengaruh Kemampuan Finansial terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia	142
6. Peran Literasi Haji dalam Memoderasi Pengaruh <i>Waiting List</i> terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia	144
7. Peran Literasi Haji dalam Memoderasi Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia	146
8. Peran Literasi Haji dalam Memoderasi Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia	148
BAB V PENUTUP	151
A. Kesimpulan	151

B. Keterbatasan dan Saran.....	153
1. Keterbatasan.....	153
2. Saran.....	154
REFERENSI.....	155
LAMPIRAN.....	162



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Provinsi dengan Masa Tunggu Haji Terlama.....	2
Tabel 1. 2 Rentang Usia dan Jumlah Jamaah Haji NTB.....	3
Tabel 1. 3 Perbandingan Jumlah Nasabah Tabungan Haji BSI, Jamaah Haji yang Diberangkatkan BSI, dan Kuota Nasional Tahun 2021–2024	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel 3. 2 Alternatif Pilihan Jawaban Kuesioner.....	64
Tabel 4. 1 Data Kuesioner Kemampuan Finansial.....	84
Tabel 4. 2 Data Kuesioner <i>Waiting List</i>	88
Tabel 4. 3 Data Kuesioner Promosi	91
Tabel 4. 4 Data Kuesioner Religiusitas	95
Tabel 4. 5 Data Kuesioner Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji	99
Tabel 4. 6 Data Kuesioner Literasi Haji.....	103
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	107
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	109
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	111
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	112
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	113
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Moderasi	116
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (t)	120
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (F)	125
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	126

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Jamaah Haji Indonesia Tahun 2018-2023	1
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen Kotler	15
Gambar 2. 2 Kerangka Teoritik.....	55
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin	74
Gambar 4. 2 Usia.....	75
Gambar 4. 3 Domisili Tempat Tinggal	77
Gambar 4. 4 Pendidikan Terakhir.....	79
Gambar 4. 5 Pekerjaan.....	80
Gambar 4. 6 Penghasilan Per Bulan.....	82



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan produk tabungan haji BSI. Penelitian ini mencakup empat variabel independen, satu variabel dependen dan satu variabel moderasi. Variabel kemampuan finansial, *waiting list*, promosi dan religiusitas sebagai variabel independen. Variabel minat menggunakan produk tabungan haji sebagai variabel dependen dan variabel literasi haji sebagai variabel moderasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala likert dengan lima pilihan alternatif jawaban. Berdasarkan metode *convenience sampling* diperoleh sampel sebanyak 196 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan alat analisis menggunakan E-views 9. Hasil pengujian menunjukkan hasil yang bervariasi, dari 8 pengaruh yang diuji terdapat 6 hubungan yang berpengaruh signifikan yaitu variabel kemampuan finansial, *waiting list*, promosi, religiusitas terhadap minat serta variabel literasi haji sebagai moderasi berpengaruh terhadap variabel kemampuan finansial dan religiusitas. Sementara terdapat 2 hubungan yang tidak berpengaruh diantaranya variabel literasi haji sebagai moderasi tidak terdapat pengaruhnya terhadap variabel *waiting list*, dan promosi.

Kata kunci: Minat, Kemampuan finansial, *Waiting list*, Promosi, Religiusitas, Literasi haji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to explore the factors that can influence the interest in using BSI hajj savings products. This study includes four independent variables, one dependent variable and one moderating variable. The variables of financial capability, waiting list, promotion and religiosity as independent variables. The variable of interest in using hajj savings products as the dependent variable and the variable of hajj literacy as the moderating variable. This study is a quantitative study using primary data. Data collection through the distribution of questionnaires using a Likert scale with five alternative answer choices. Based on the convenience sampling method, a sample of 196 respondents was obtained. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with an analysis tool using E-views 9. The test results show varying results, from 8 influences tested there are 6 significant relationships, namely the variables of financial capability, waiting list, promotion, religiosity on interest and the variable of hajj literacy as a moderation has an effect on the variables of financial capability and religiosity. While there are 2 relationships that have no effect, including the variable of hajj literacy as a moderation has no effect on the variables of waiting list, and promotion.

Keywords: *Interest, Financial capability, Waiting list, Promotion, Religiosity, Hajj literacy.*



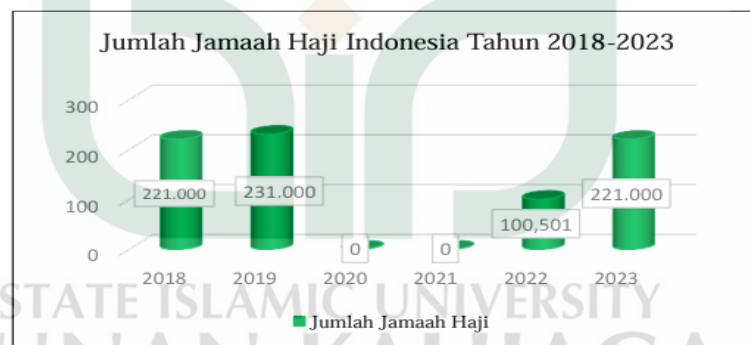
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Haji merupakan rukun Islam kelima yang wajib ditunaikan oleh setiap Muslim yang mampu secara fisik dan finansial. Ibadah ini memiliki nilai spiritual tinggi karena dilaksanakan di Tanah Suci Makkah. Di Indonesia, animo masyarakat untuk berhaji sangat tinggi, tercermin dari peningkatan jumlah pendaftar setiap tahunnya meskipun biaya yang dibutuhkan relatif besar. Hal ini ditunjukkan oleh tren kenaikan jumlah jamaah haji dari waktu ke waktu, sebagaimana terlihat pada gambar berikut.

Gambar 1. 1 Jumlah Jamaah Haji Indonesia Tahun 2018-2023



Sumber: Kementerian Agama RI

Tingginya minat masyarakat Indonesia untuk menunaikan ibadah haji menyebabkan masa tunggu yang sangat panjang, berkisar antara 10 hingga 38 tahun. Hal ini dipengaruhi oleh kuota haji Indonesia yang ditetapkan Pemerintah Arab Saudi sebanyak 241 ribu jamaah per tahun. Dengan antrian dan kuota tersebut, lama waktu tunggu haji di Indonesia bervariasi antar provinsi (Kementerian Agama, 2024). Salah satu provinsi yang menempati

masa tunggu haji terlama di Indonesia pada tahun 2024 adalah Nusa Tenggara Barat (NTB).

Tabel 1.1 Provinsi dengan Masa Tunggu Haji Terlama

Provinsi	Masa Tunggu	Jumlah Pendaftar	Kuota
Kalimantan Selatan	38 Tahun	133.141	3.589
Nusa Tenggara Barat	37 Tahun	150.851	4.226
Sulawesi Selatan	35 Tahun	245.060	7.272

Sumber: Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umrah, 2024

Berdasarkan tabel 1.1, NTB menempati urutan kedua masa tunggu haji terlama di Indonesia setelah Kalimantan Selatan, yaitu selama 37 tahun, disusul oleh Sulawesi Selatan. Tingginya masa tunggu ini mencerminkan antusiasme masyarakat NTB dalam mendaftar haji. Mengacu pada data terbaru Direktorat Penyelenggara Haji dan Umrah (Dirjen PHU) Kemenag Pusat, jumlah antrian pendaftar haji asal NTB hingga tahun 2024 mencapai 150.851 orang, sementara kuota keberangkatan hanya 4.226 orang (Lombok Post NTB, 2024). Tingginya angka ini mencerminkan antusiasme masyarakat NTB terhadap ibadah haji, meskipun dihadapkan pada masa tunggu keberangkatan yang cukup lama. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa terdapat sebanyak 5.445.137 juta jiwa penduduk memeluk agama Islam hingga tahun 2024. Jumlah itu setara dengan 96,9% dari total penduduk NTB (Databoks, 2024). Namun, jumlah pendaftar haji yang cukup banyak tersebut tidak diimbangi dengan kuota yang ada, sehingga menyebabkan calon jamaah haji harus menunggu puluhan tahun lamanya untuk keberangkatan hajinya.

Panjangnya antrian haji di NTB memunculkan situasi yang cukup memprihatinkan, banyak umat Muslim yang sudah lanjut usia tidak mampu

menunggu selama itu, sehingga meninggal dunia sebelum ataupun saat sedang menunaikan haji. Hal ini sejalan dengan ungkapan Menko PMK Muhadjir Effendy periode 2019-2024 yang menyatakan bahwa: “jika masa tunggu lama, maka banyak jamaah semakin tua dan lebih berisiko secara kesehatan, sehingga kasus kematian jamaah ketika berhaji juga akan terus meningkat” (Kementerian Agama, 2024). Di sisi lain, banyak masyarakat yang memiliki minat berhaji namun belum mampu secara finansial, sehingga baru mendaftar di usia senja ketika biaya yang dibutuhkan sudah cukup. Namun seiring berjalannya waktu, antrian porsi haji pun semakin panjang. Orang yang mendaftar di usia 35 tahun keatas baru dapat berangkat di usia 50 tahun atau lebih, ketika kondisi fisik sudah menurun. Hal ini bisa menyebabkan tidak maksimalnya pelaksanaan ibadah haji. Oleh karena itu, ini menjadi permasalahan yang cukup penting bagi pemerintah untuk mencari cara bagaimana meminimalisir masalah-masalah tersebut. Hal ini didukung oleh data yang dikeluarkan Kementerian Agama Republik Indonesia menunjukkan bahwa mayoritas jamaah haji NTB saat ini didominasi oleh kelompok usia 40-59 tahun, diikuti kelompok usia 60-79 tahun.

Tabel 1. 2 Rentang Usia dan Jumlah Jamaah Haji NTB

Rentang Usia	Jumlah Jamaah Haji
> 80 tahun	1.297
60-79 tahun	22.009
40-59 tahun	56.720
20-39 tahun	15.681
< 20 tahun	1.113

Sumber: Kementerian Agama

Sebagai respons atas permasalahan tersebut, pemerintah menghadirkan perbankan syariah untuk memudahkan masyarakat Muslim menunaikan ibadah haji tanpa bunga sebagaimana diatur dalam UU RI No. 34 Pasal 7 Tahun 2014. Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH) adalah Bank Umum Syariah atau Unit Usaha Syariah yang ditunjuk oleh BPKH. (Kusrini & Masturo, 2023).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu BPS-BPIH yang ditunjuk, di mana masyarakat wajib membuka rekening tabungan haji terlebih dahulu untuk mendaftar. BSI menyediakan produk BSI Tabungan Haji Indonesia dengan prinsip syariah menggunakan akad wadiah dan mudharabah. Keunggulan produk ini antara lain bebas biaya administrasi, informasi notifikasi lengkap, pendampingan perencanaan ibadah, akses online ke sistem Siskohat, serta setoran awal hanya Rp.100.000. BSI juga memiliki jaringan outlet terbanyak, layanan manasik, kartu debit Mabru, cashback belanja di Arab Saudi, serta penukaran uang riyal di embarkasi (Bankbsi.co.id). Fasilitas tersebut menjadi daya tarik masyarakat untuk merencanakan haji sejak dini melalui BSI.

Jumlah nasabah yang memiliki tabungan haji di BSI menunjukkan tren peningkatan signifikan setiap tahun. Pada 2021 tercatat sebanyak 4,38 juta orang, meningkat menjadi 4,62 juta pada 2022, 4,97 juta pada 2023, dan mencapai 5,5 juta pada 2024 (Bankbsi.co.id). Kenaikan ini mencerminkan tingginya minat masyarakat dalam mempersiapkan ibadah

haji melalui lembaga keuangan syariah, khususnya BSI. Namun, jumlah jamaah yang berhasil diberangkatkan tiap tahun sangat dipengaruhi oleh kuota pemerintah. Tahun 2022, misalnya, hanya 73.000 jamaah yang diberangkatkan oleh BSI dari kuota nasional 100.051, turun dari 185.000 pada 2021 akibat pembatasan pandemi. Pada 2023 dan 2024, jumlah keberangkatan kembali meningkat menjadi 171.887 dan 178.770 jamaah, seiring bertambahnya kuota nasional (Bankbsi.co.id)

Tabel 1. 3 Perbandingan Jumlah Nasabah Tabungan Haji BSI, Jamaah Haji yang Diberangkatkan BSI, dan Kuota Nasional Tahun 2021–2024

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan Haji	Jumlah Jamaah yang Berangkat	Kuota Nasional
2021	4,38 juta	185.000	221.000
2022	4,62 juta	73.000	100.051
2023	4,97 juta	171.887	211.320
2024	5,5 juta	178.770	241.000

Sumber: BSI

Data tersebut menunjukkan bahwa, meskipun minat menabung haji tinggi, peluang keberangkatan tetap tergantung pada kuota tahunan. Oleh karena itu, banyak masyarakat berupaya mendaftar lebih awal untuk mengamankan posisi dalam daftar tunggu. Hal ini didukung oleh data bahwa per Maret 2024, jumlah pendaftar haji di BSI mencapai 3,6 juta orang. Direktur Penjualan dan Distribusi BSI, Anton Sukarna, menyatakan bahwa sekitar 80% jamaah haji reguler mendaftar melalui BSI. Tingginya angka ini dipengaruhi oleh kebijakan wajib daftar haji melalui bank syariah serta luasnya jaringan dan jumlah outlet BSI dibandingkan bank syariah lainnya. Pertumbuhan ini mencerminkan besarnya minat masyarakat Muslim mendaftar haji melalui BSI, sehingga penting dilakukan penelitian

mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat tersebut untuk mendorong peningkatan penggunaan produk tabungan haji di BSI.

Pendekatan yang dapat digunakan untuk memprediksi minat adalah teori perilaku konsumen, salah satunya melalui model kotak hitam konsumen (*consumer black box*) yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2009). Model ini terdiri dari dua komponen utama, yaitu karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan. Karakteristik pembeli dipengaruhi oleh faktor pribadi, sosial, dan psikologis, sementara proses keputusan meliputi lima tahap: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan perilaku pasca pembelian. Model ini relevan digunakan karena minat merupakan bagian awal dari proses psikologis konsumen dalam mengambil keputusan, khususnya pada tahap pengenalan masalah dan pencarian informasi.

Minat merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan. Menurut Iskandarwasid & Sunendar (2011) minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat bertumbuh. Dalam konteks perilaku konsumen, minat mencerminkan dorongan awal sebelum seseorang mengambil keputusan (Kusrini & Masturo, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Fitri (2022), Syahbilqis (2024), Barid & Yudiantoro (2023), Indriyani et al., (2024), Tabe et al., (2023), Kusrini & Masturo (2023), Boroma & Mootalu (2020), Mubin & Anggraini (2021), Sugiharto et al., (2022), Fathudin et al., (2021), Rosyad & Fathoni (2024), Erlina (2021), Khairanihisan et al.,

(2024), Munir et al., (2024), Ningsih & Alif (2022), Yuliana et al., (2020), dan Jauhariyah et al., (2020), mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi minat, antara lain religiusitas, kemampuan finansial, daftar tunggu (*waiting list*), pendapatan, dan promosi. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penelitian ini fokus pada empat variabel independen utama, yaitu kemampuan finansial, *waiting list*, promosi, dan religiusitas. Sebagai bentuk pengembangan, peneliti menambahkan literasi haji sebagai variabel moderasi untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam dan memperluas model serta kontribusi teoritis dari studi-studi sebelumnya.

Kemampuan finansial adalah kapasitas individu dalam menerapkan pengetahuan dan perilaku keuangan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan finansial (Johnson & Sherraden, 2007). Mengingat ibadah haji menuntut kesiapan fisik dan kecukupan dana untuk perjalanan serta kebutuhan selama di Makkah (Nada, 2019), maka kemampuan mengelola keuangan secara bijak menjadi hal krusial. Sumber daya finansial yang umumnya berasal dari penghasilan berperan penting dalam mendorong individu untuk mulai merencanakan keberangkatan haji melalui instrumen keuangan seperti tabungan haji syariah (Avelian, 2024). Hal ini diperkuat oleh temuan Fitri (2022) yang menunjukkan bahwa kemampuan finansial, khususnya dari sisi pendapatan, berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di perbankan syariah.

Waiting list adalah daftar calon jamaah haji yang telah mendaftar dan memperoleh nomor porsi, namun belum dapat diberangkatkan karena

keterbatasan kuota (Permenag No.14/2012 Pasal 1 Ayat 17; Subekti, 2021). Kondisi ini mendorong meningkatnya minat terhadap produk tabungan haji di bank syariah sebagai langkah awal memperoleh nomor porsi. Penelitian Fitri (2022) menunjukkan bahwa daftar tunggu (*waiting list*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di perbankan syariah.

Promosi adalah upaya perusahaan dalam mengkomunikasikan manfaat produk guna meyakinkan konsumen untuk menggunakannya. Lebih dari sekedar memperkenalkan produk, promosi bertujuan menarik dan membujuk konsumen agar melakukan pembelian (Rangkuti, 2015; Boroma & Mootalu, 2020). Dalam konteks bank syariah, promosi yang efektif dapat memperkuat persepsi konsumen terhadap manfaat tabungan haji dan mendorong minat untuk menggunakannya. Produk yang ditawarkan, seperti tabungan haji, bernilai jika mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan manfaat nyata (Fathulloh & Zulfa, 2020). Promosi berperan sebagai stimulus yang memengaruhi proses pengambilan keputusan, termasuk dalam membentuk minat masyarakat untuk mendaftar haji melalui tabungan bank syariah. Hal ini sejalan dengan temuan Kusriani & Masturo (2023) dan Syahbilqis (2024) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji.

Religiusitas adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agama yang dianut (Glock & Stark, 1969). Religiusitas

merupakan tingkat kesadaran dan sikap individu yang didasarkan pada keyakinan terhadap ajaran agama, yang mendorong perilaku sesuai dengan tingkat kepatuhan keagamaannya (Araffi & Haryono, 2022). Menurut Rahmad (2011), religiusitas mencakup pengetahuan, pengalaman, perilaku, dan sikap sosial keagamaan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh pendiri Alvara *Research Center*, Hasanuddin Ali, menunjukkan bahwa 95% umat Islam di Indonesia tergolong religius (Nasional.tempo.co). Tingkat religiusitas yang tinggi mendorong individu tidak hanya menjalankan ibadah haji secara fisik, tetapi juga sebagai perjalanan spiritual yang mendalam. Religiusitas menjadi motivasi intrinsik yang kuat dalam membentuk minat berhaji, bahkan mengesampingkan hambatan seperti masa tunggu yang panjang dan biaya yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Fitri (2022), menemukan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung haji pada perbankan syariah.

Literasi haji sebagai variabel moderasi dalam hal ini diasumsikan dapat memperkuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2012), variabel moderasi digunakan ketika diduga terdapat faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dalam hal ini kemampuan finansial, *waiting list*, promosi, serta religiusitas dengan minat menggunakan tabungan haji (Afif & Afdawaiza, 2023). Dalam konteks ini, literasi haji mencerminkan pemahaman individu terhadap aspek-aspek penting ibadah haji, termasuk persyaratan, tata cara, dan kesiapan spiritual serta finansial.

Tingkat literasi haji yang baik dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perencanaan keuangan syariah, seperti penggunaan produk tabungan haji di bank syariah. Dengan pemahaman yang memadai, calon jamaah lebih cenderung memilih lembaga keuangan yang sesuai prinsip syariah, serta lebih siap secara administratif dan finansial, sehingga minat terhadap produk tabungan haji bank syariah semakin meningkat (Muttaqien et al., 2023).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan ketidakonsistenan variabel yang digunakan dan hasil yang didapatkan terkait faktor yang mempengaruhi minat mendaftar haji. Penelitian Fitri (2022) mengatakan bahwa daftar tunggu haji berpengaruh terhadap minat menggunakan tabungan haji bank syariah. Akan tetapi, berbeda dengan penelitian Jauhariyah et al., (2020) dan Syahbilqis (2024) mengatakan bahwa *waiting list* haji tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pada produk tabungan haji. Selanjutnya, Kusriani & Masturo (2023) mengatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan produk tabungan haji Indonesia. Mubin & Anggraini (2021) mengatakan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mendaftar haji menggunakan produk kafalah haji. Berbeda dengan penelitian Boroma & Mootalu (2020) yang mengatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji di Bank Muamalat.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan objek, data, dan wilayah yang berbeda terkait **“Determinan**

Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah *waiting list* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia?
5. Apakah literasi haji dapat memoderasi pengaruh kemampuan finansial terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia?
6. Apakah literasi haji dapat memoderasi pengaruh *waiting list* terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia?
7. Apakah literasi haji dapat memoderasi pengaruh promosi terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia?
8. Apakah literasi haji dapat memoderasi pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji pengaruh kemampuan finansial terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia
- b. Untuk menguji pengaruh *waiting list* terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia
- c. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia
- d. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia
- e. Untuk menguji peran literasi haji dalam memoderasi pengaruh kemampuan finansial terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia
- f. Untuk menguji peran literasi haji dalam memoderasi pengaruh *waiting list* terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia
- g. Untuk menguji peran literasi haji dalam memoderasi pengaruh promosi terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia
- h. Untuk menguji peran literasi haji dalam memoderasi pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperluas perspektif teoritis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk tabungan haji, sehingga dapat menjadi acuan bagi studi-studi lanjutan di bidang yang relevan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan informasi serta evaluasi bagi para praktisi perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia dalam mengembangkan produk tabungan haji untuk menarik minat masyarakat mendaftar melalui bank syariah terkait.

D. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dirancang secara sistematis dalam lima bab guna mempermudah pembaca dalam memahami hasil yang diperoleh. Bab I berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat, serta sistematika pembahasan. Bab II menguraikan landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka teoritik yang menjadi dasar studi ini. Bab III membahas metode penelitian, meliputi desain penelitian, definisi operasional variabel, karakteristik populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis. Bab IV menyajikan hasil penelitian beserta pembahasannya, yang mencakup deskripsi objek penelitian, analisis data,

pengujian hipotesis, dan interpretasi temuan. Bab V merangkum kesimpulan dari analisis yang dilakukan, serta mengidentifikasi keterbatasan penelitian dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan studi berikutnya. Dengan struktur ini, diharapkan penelitian dapat menjadi rujukan komprehensif bagi pembaca yang ingin mendalami topik terkait.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemampuan Finansial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji BSI. Semakin baik kondisi keuangan seseorang, semakin tinggi minatnya untuk menabung haji karena merasa mampu secara ekonomi dan yakin untuk merencanakan ibadah tersebut.
2. *Waiting list* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji BSI karena menciptakan rasa urgensi dan eksklusivitas, mendorong masyarakat segera mendaftar agar mendapat nomor antrian lebih awal. Persepsi ini diperkuat oleh pemahaman bahwa tabungan haji di BSI adalah jalur resmi masuk antrean nasional. Selain itu, promosi yang efektif turut meningkatkan minat melalui pendekatan emosional, spiritual, dan peningkatan kesadaran.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji BSI karena mampu membentuk persepsi positif, membangkitkan motivasi, dan mendorong keputusan melalui pendekatan emosional dan spiritual yang efektif.
4. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan haji BSI karena karena semakin tinggi tingkat

religiusitas seseorang, semakin besar dorongan spiritual dan kesadaran untuk melaksanakan ibadah haji melalui perencanaan keuangan yang sesuai dengan nilai keagamaannya.

5. Literasi haji terbukti memoderasi secara negatif (memperlemah) hubungan antara kemampuan finansial dan minat menggunakan produk tabungan haji. Artinya, semakin tinggi literasi haji seseorang, semakin lemah pengaruh kemampuan finansial terhadap minat menggunakan produk tabungan haji, karena keputusan mereka lebih dipengaruhi oleh pertimbangan rasional terkait prosedur dan kesiapan berhaji, bukan semata karena ketersediaan dana.
6. Literasi haji tidak mampu memoderasi pengaruh *waiting list* terhadap minat mendaftar haji pada Bank Syariah Indonesia, karena urgensi akibat panjangnya antrean memiliki dampak langsung dan kuat dalam mendorong keputusan pendaftaran.
7. Literasi haji tidak memoderasi pengaruh *waiting list* terhadap minat menggunakan produk tabungan haji, karena panjangnya daftar tunggu menjadi faktor eksternal yang kuat dan mendesak sehingga mendorong individu untuk segera mendaftar haji tanpa dipengaruhi oleh tingkat pemahaman mereka.
8. Literasi haji terbukti memoderasi secara positif (memperkuat) hubungan antara religiusitas dan minat menggunakan produk tabungan haji, karena individu yang religius dengan pemahaman haji yang baik lebih siap dan

yakin dalam mengambil keputusan untuk menabung, sehingga dorongan spiritual mereka lebih mudah diwujudkan dalam tindakan nyata.

B. Keterbatasan dan Saran

1. Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa penelitian tesis ini memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki penelitian ini, sehingga menjadi riset yang lebih baik lagi. Diantara keterbatasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Fokus pada Satu Bank Syariah

Penelitian ini hanya mencakup satu bank syariah saja yaitu Bank Syariah Indonesia, merupakan bank syariah yang memiliki jumlah pendaftar haji terbanyak diantara bank syariah lainnya. Hal ini dapat membatasi generalisasi hasil penelitian karena tidak mencakup variasi dan konteks yang lebih luas dari bank-bank syariah lainnya.

b. Variabel Literasi Haji sebagai Moderasi

Lemahnya pengaruh literasi haji sebagai variabel moderasi, serta kurangnya penelitian yang menggunakan literasi haji sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, masih terdapat peluang untuk menggali lebih lebih dalam mengenai bagaimana literasi haji berinteraksi dengan variabel-variabel lain dalam konteks yang berbeda.

c. Bias dalam Sampel

Masih terdapat bias dalam sampel yang digunakan pada penelitian ini yakni bagian kriteria responden serta kategori penghasilan pada karakteristik responden yang ditetapkan ketika menyebarkan kuesioner.

2. Saran

Beberapa saran yang dapat menjadi perbaikan untuk penelitian selanjutnya, diantaranya:

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan populasi yang lebih luas tidak hanya terfokus pada satu bank syariah saja. Penambahan populasi dari seluruh bank syariah yang ada di Indonesia.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat mendaftar haji sehingga berbeda dari penelitian ini. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih dalam efek moderasi literasi haji pada variabel lain.
- c. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan kriteria nasabah yang belum memiliki tabungan haji dalam penentuan sampel, serta menggunakan kategori penghasilan minimal UMR di daerah terkait pada karakteristik responden saat penyebaran kuesioner.

REFERENSI

- Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 107–132. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.97>
- Afif, N., & Afdawaiza. (2023). Determinan Generasi Millenial terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Moderasi. *Edunomika*, 8(1), 1–13.
- Amalia, R., & Setyono, J. (2023). Determinants of Hajj Saving Intention at Bank Syariah Indonesia. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 4(1), 35–50.
- Ancok, D., & Suroso, F. A. (1994). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anggraini, R., Anggraini, L., & Tabe, R. (2024). Pengaruh Investasi Tabungan dan Pendapatan Terhadap Minat Haji: Studi Kasus Masyarakat Bugis di Manado. *Journal of Economics and Islamic Economics*, 4(1), 49–65. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizi>
- Annisa, L., Sari, N., & Nurlina, E. (2021). Analisis faktor pendorong minat nasabah dalam memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 6, 124–141. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v6i2.3549>
- Annisa, M., Fatimah, N., & Rohmah, A. (2021). Analisis faktor pendorong minat nasabah dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *Jurnal Penelitian Ekonomi Islam*, 5(1), 45–60.
- Aprilia, P. W., & Santoso, R. A. (2023). Pengaruh Kemampuan Finansial, Sikap Hedonisme, dan Efisiensi Terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Cashless. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(3), 963–980. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i3.5029>
- Araffi, M., & Haryono, S. (2022). Peran Religiusitas dalam Memoderasi Persepsi, Preferensi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 461. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.431>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barid, S. B., & Yudiantoro, D. (2023). Pengetahuan, dan Kemampuan Finansial terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Saham Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5, 479–495.
- Boroma, S. M. Z., & Mootalu, R. R. (2020). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan

- Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Cabang Gorontalo. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 1(1), 34–43. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v1i1.146>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). Highly Efficient Measurement Technology Based on Hyper-Spectropolarimetric Imaging. *Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers*, 43(8), 107–128. <https://doi.org/10.3788/CJL201643.0811001>
- Dewi, M., Siregar, N., & Hutapea, N. A. (2024). Pengaruh Kemampuan Finansial Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus SMA Negeri 15 Medan). *Kapital Deli Sumatera*, 2(2), 23–28.
- Dinta, L. M. (2023). Pengaruh literasi, promosi, dan waiting list terhadap minat membuka rekening Tabungan Haji Muda di Bank Muamalat. Skripsi, Universitas Ahmad Dahlan.
- Dwiyanti, E. A., & Azizah, S. N. (2018). Analisis Pengaruh Customer Focused Service terhadap Minat Nasabah pada Produk Berjangka (Deposito, Tabungan Prima Berhadiah Dan Tabungan Rencana Berhadiah) di Bank Muamalat Indonesia KCU Pondok Indah. *Dinamika*, 3(1), 97–140.
- Dwiyanto, W. (2022). Analisis dampak psikologis waiting list (daftar tunggu haji) terhadap minat mendaftar haji generasi Z: Studi kasus mahasiswa jurusan MHU UIN Walisongo Semarang angkatan tahun 2017–2022. Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Erlina, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan haji di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Kementerian Agama Kabupaten Kuantan Singingi. *Juhanperak*, 1118–1131.
- Farhanah, N. (2016). Problematika Waiting List Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji di Indonesia. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 12(1), 57–80. <https://doi.org/10.23971/jsam.v12i1.469>
- Fathudin, Muhajir, & Inayah, A. U. (2021). Fakor Pelayanan, Promosi dan Reputasi terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji pada BRI Syariah KCP Magelang. *Al-Bayan: Hukm Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 2746–6469.
- Fathulloh, Z., & Zulfa, F. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Offline Terhadap Minat Jama'ah Haji pada Masa Pandemi Covid-19. *Idarotuna : Journal of Administrative Science*, 1(2), 122–136. <https://doi.org/10.54471/idarotuna.v1i2.12>
- Firdauzi, I. (2017). Pengaruh Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(1), 77–87.
- Fitri, A. C. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Pendapatan, Motivasi, dan Daftar Tunggu Haji terhadap Minat Menabung Tabungan Haji Pada Perbankan

- Syariah (Studi pada Masyarakat Banjar, Jawa Barat). Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Glock, Y. C., & Stark, R. (1969). *Religion and Society in Tension*. California : Rand Mc Nally Company.
- Gujarati, D. (1998). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Harahap, D., Siregar, I., & Afandi, A. (2023). Intention To Save Hajj At Indonesian Sharia Bank: a Study Based on Theory of Planned Behavior. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 33, 1549–1559. <https://doi.org/10.59670/jns.v33i.579>
- Heizer, J., & Render, B. (2005). *Operations Management (8th ed.)*. Pearson Education
- <https://bpkh.go.id/download/uu-nomor-34-tahun-2014-tentang-pengelolaan-keuangan-haji-pdf/>
- <https://databoks.katadata.co.id/>
- <https://kemenag.go.id/>
- <https://lombokpost.jawapos.com/ntb>
- <https://www.tempo.co/>
- <https://www.bankbsi.co.id/>
- Indriyani, Y., Hak, N., & Shar, A. (2024). Analisis Minat Masyarakat untuk Mendaftar Menjadi Calon Jama'ah Haji. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 7(1), 459–470. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i1.9476>
- Japeri (2017). Pengaruh Kuota Terhadap Daftar Tunggu Naik Haji. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2 (1).
- Jauhariyah, N. A., Munawar, A., & Mahmudah, M. (2020). Strategi Pemasaran Syariah Dan Waiting List Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada PT BRI Syariah KCP Genteng Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Sharia Economics*, 2(1), 74–92. <https://doi.org/10.35896/jse.v2i1.61>
- Jefilyana, J., & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh financial attitude, financial literacy dan financial knowledge terhadap financial behavior pada pengguna Shopee di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(4), 1–11.

- Johnson, E., & Sherraden, M. S. (2007). From Financial Literacy to Financial Capability Among Youth. *Journal of Sociology and Social Welfare*, 34(3), 119–145. <https://doi.org/10.15453/0191-5096.3276>
- Juniawati, M., & Rahmah, I. (2024). The Influence of Socialization and Professionalism on Customer Decisions to Use Hajj Savings at Bank Sumsel Babel Sharia Sub-Branch UIN Raden Fatah Palembang. *Wage Distribution Fairness in Post-Socialist Countries*, 05, 113–142. <https://doi.org/10.4324/9781138400207-7>
- Kantor Kementerian Agama Kabupaten Bojonegoro. (2024, September). *Kemenag Bojonegoro gelar sosialisasi dan penyampaian informasi jemaah haji waiting list tahun 2025*. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah, Kementerian Agama RI.
- Khairanihisan, S., Fajrin, O. M., Nurasyiah, A., & Firmansyah, F. (2024). Y & Z Generation Customers' Decision to Have Hajj Savings Products (Issue 5). *Atlantis Press International BV*. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_76
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrini, N. A. R., & Masturo, K. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Indonesia (Studi Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Mojopahit 2). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 629–639. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.464>
- Mansuri. (2016). *Analisis Regresi Linier Berganda Menggunakan Eviews. Workshop Ekonometrika*. Jakarta: Fakultas ekonomi Universitas Borobudur.
- Manurung, A. H., & Rizky, L. T. (2009), *Succesful Financial Planner : A Complete Guide*, Jakarta : Grasindo.
- Mawardi. (2018). Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang. *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bsinis Islam*, 4 (1), 43–52.
- Mubin, M. U., & Anggraini, N. N. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Kafalah Haji di KSPPS MUI Jawa Timur (Studi Kasus Pada Kantor Pusat KSPPS MUI Jawa Timur Bungah Gresik). 4(1), 6.
- Muliyana, A., Novianty, R., & Hasbi, H. (2024). Pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat menabung tabungan haji di bank syariah. *Journal Scientific of Mandalika*, 5(10), 404–412. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol5iss10pp404-412>

- Muna, I. (2023). The influence of advertisement and financial capability on purchase intention at La Royba Mart. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 1(2), 45–56.
- Munir, M., Saibil, D. I., & Saputra, D. A. (2024). The Influence of Income , Company Reputation , and Waiting Lists for Hajj on The Interest of Generation Z in Saving for Hajj Deposits in Islamic. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 03(2), 167–182. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2024.0302-06>
- Muttaqien, M. K., Insani, B., & Mayla, Z. (2023). Penguatan Literasi Keuangan Syariah dan Perencanaan Keuangan Biaya Haji Bagi Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMJ*, 1-7.
- Nada, A. B. (2019). Konsep Istiṭā'ah dalam Al- Quran pada Ibadah Haji. *Tafsere*, 7(2), 109–124. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tafsere/article/view/11474>
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Operasi*. Ghalia Indonesia.
- Ningsih, M. rosita, & Alif, D. M. (2022). Factors Influencing Customers' Decisions To Hajj Saving Products In Bank Syariah Indonesia During The Covid-19 Pandemic. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(2), 103–114. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i2.788>
- Noor, M. (2018). Problematika Waiting List dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji di Indonesia. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 12(1), 84–97. <https://doi.org/10.22373/arj.v5i1.30023>
- Paliket, A. (2021). Factors Affecting Customer Decision on Using Tabung Haji Service Center in Malaysia. *Psychology and Education Journal*, 58(1), 1318–1324. <https://doi.org/10.17762/pae.v58i1.901>
- Prihanto, A., Huzaiifi, A., Idvan, I., Yopi, Y., & Ahidin, U. (2021). Pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamart Pondok Pucung Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1), 111–117. <https://doi.org/10.32493/JEE.v4i1.14515>
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Qowiyah. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemampuan Finansial, dan Daftar Tunggu Terhadap Minat Siswa Untuk Menabung Pada Produk Tabungan Haji Muda BSI (Studi di SMP IT Ukhuwah Banjarmasin)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari.
- Rahmah, A. A. (2022). Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup terhadap minat generasi milenial membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Rahmat, N. F. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap adopsi produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI). Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ramayulis. (2001). *Metodologi Pengajaran Agama Islam*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Reken, F et al., (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*. 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606>
- Rosyad, F. K., & Fathoni, M. A. (2024). Analisis Determinasi Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1261–1270. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.12980> DOI:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.12980>
- Rosyidah, U., & Handayati, P. (2022). Perilaku konsumen Muslim di Lombok berdasarkan religiusitas dan gaya hidup. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 40–48. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v10i1.42783>
- Sari, D. I. (2017). Strategi Promosi dan store Interior Pada Industri Ritel. *Journal Ecconomica*, 1(2), 183–191.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methode for Business*. Wiley.
- Setiawan, F. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 13–21. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i1.1553>
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sonjaya, A., & Sule, B. (2023). The Influence of Promotion and Corporate Image on Customers Decisions to Use Haji IB Maslahah Savings at Bank Jabar Banten Syariah. *Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2).
- Suhartini et al., (2023). *Manajemen Pemasran Perusahaan*. Sidenreng Rappang: Lajagoe Pustaka.
- Sugiharto, B., Ichi, & Rizal, A. (2022). the Effect of Islamic Financial Literacy, Religiosity, Service Quality and Promotion To Interest of Saving Customers in Islamic Banks. *Islamic Economic, Accounting, and Management Journal*, Volume 3 N, 1–23.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sururin. (2021). Literasi Haji Masyarakat Muslim Indonesia dan

- Tantangannya. *Jurnal Penelitian Keagamaan*, 19(2), 110–123.
- Sugiharto, B., Ichi, & Rizal, A. (2022). the Effect of Islamic Financial Literacy, Religiosity, Service Quality and Promotion to Interest of Saving Customers in Islamic Banks. *Islamic Economic, Accounting, and Management Journal*, Volume 3 N, 1–23.
- Syahrilqis, S. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Waiting List Haji Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia Melalui Religiusitas (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Kota Tangerang Selatan). Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Tabe, R., Satriani, S., Dewi Samad, T. F., & Sarka, S. I. (2023). Analysis of Financial Determinants of Urban Community Interest in Hajj: Study of the Bugis Tribe in Makassar and Manado. *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam*, 28(2), 219. <https://doi.org/10.32332/akademika.v28i2.7863>
- Taha, H. A. (2007). *Operations Research: An Introduction (8th ed.)*. Prentice Hall.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yuliana, A., Siregar, F. A., Murroh, A., & Pramudia, V. (2020). The Influence of Promotions on Decisions Sitinjak Village Community Using Saving Products Hajj in Sharia Bank. *Journal of Sharia Banking THE*, 1(1), 37–44.

