

**PENGARUH PROMOSI, PELAYANAN, DAN RELIGIOSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH
PRODUK TABUNGAN HAJI
(Studi Kasus Pada Bank Muamalat KC Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MUHAMMAD DZUL FIKRI

NIM 4219155

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2026

**PENGARUH PROMOSI, PELAYANAN, DAN RELIGIOSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH
PRODUK TABUNGAN HAJI
(Studi Kasus Pada Bank Muamalat KC Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MUHAMMAD DZUL FIKRI

NIM 4219155

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Dzul Fikri
NIM : 4219155
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KC Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Muhammad Dzul Fikri

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Dzul Fikri

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Dzul Fikri

NIM : 4219155

Judul Skripsi : **PENGARUH PROMOSI, PELAYANAN DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI (Studi Kasus di Bank Muamalat KC Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 20 Januari 2026
Pembimbing,



Drajat Stiawan, M.Si.
NIP. 198301182015031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

P E N G E S A H A N

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Muhammad Dzul Fikri**
NIM : **4219155**
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Religiositas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KC Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Drajat Stiawan, M.Si.**

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 10 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Muhamad Masrur, M.E.I

NIP. 197912112015031001

Husni Awali, M.M

NIP.198909209019031016

Pekalongan, 17 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Sedikit lebih beda lebih baik dari pada sedikit lebih baik, *Prove Them Wrong*”

“Gonna fight and don’t stop, until you are proud”

“selalu ada harga dalam sebuah proses, Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan”

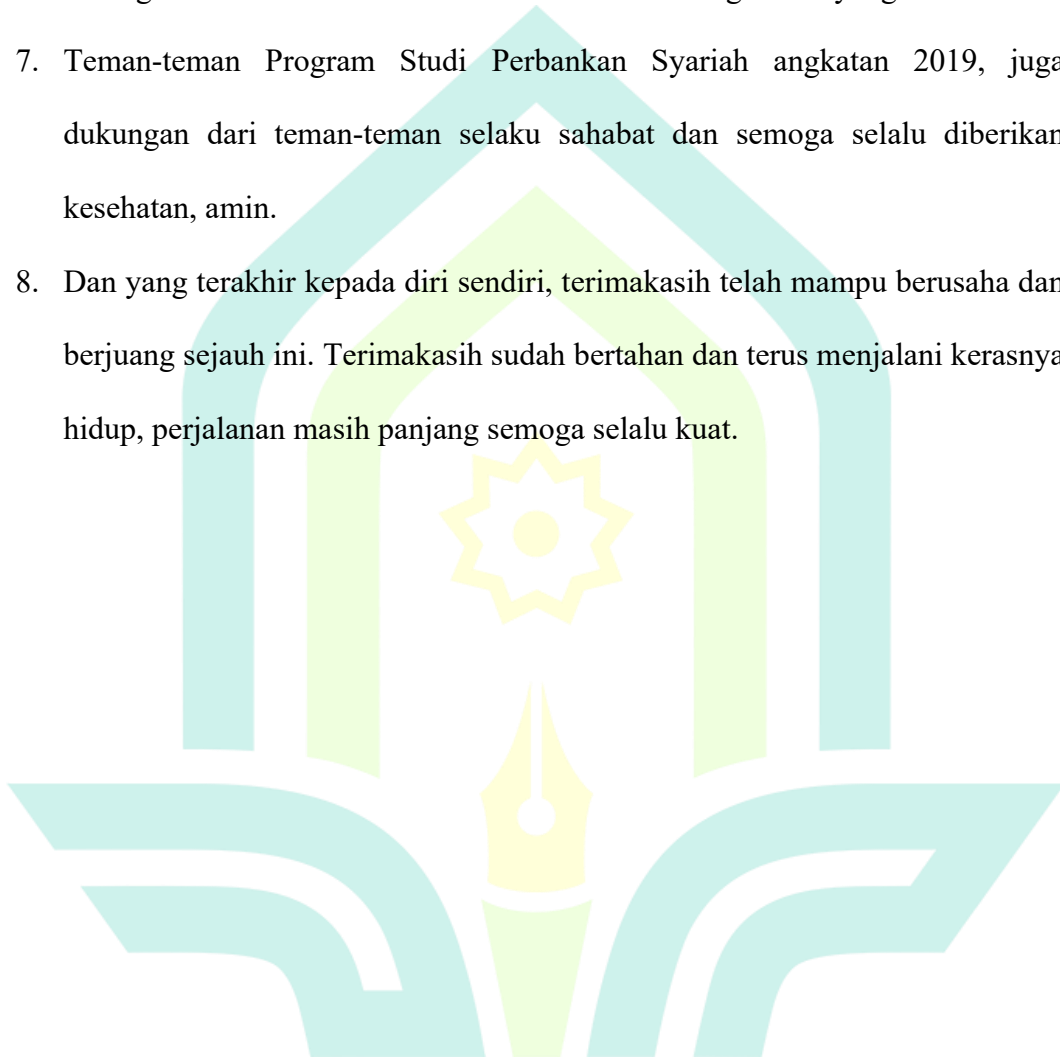


PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Swt yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya, serta shalawat dan salam tak lupa kita curahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita semua beruntung menjadi umatnya yang mendapatkan syafaat di yaumul akhir. Dengan mengucapkan syukur, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang telah penulis lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang penulis rasakan ini akan saya persembahkan kepada orang-orang yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan saya khususnya kepada:

1. Kepada Bapak tercinta Dumaedi yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang serta dukungan kepada anak-anaknya sampai akhir hayat.
2. Kepada Mama tercinta Khumaelah, yang selalu menjadi penyemangat, yang tiada hentinya memberikan kasih sayang. Terimakasih untuk semuanya atas doa dan dukungannya. Semoga sehat selalu dan hiduplah yang lebih lama lagi. Mama harus ada disetiap perjalanan dan capaian hidupku.
3. Kakak dan Adik tercinta: Ismail Khasan, Ainnul Millah S.E dan Fairuz Safa Makarim yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Terima kasih untuk keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil.
5. Kepada dosen pembimbing saya Bapak Drajat Stiawan M.Si. yang telah memberikan arahan dan koreksinya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

6. Kepada seorang yang tak kalah penting kehadirannya, Syafa'aturrohmah S.H. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materil kepada saya. Memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
7. Teman-teman Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2019, juga dukungan dari teman-teman selaku sahabat dan semoga selalu diberikan kesehatan, amin.
8. Dan yang terakhir kepada diri sendiri, terimakasih telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Terimakasih sudah bertahan dan terus menjalani kerasnya hidup, perjalanan masih panjang semoga selalu kuat.



ABSTRAK

MUHAMMAD DZUL FIKRI. Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Religiositas terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Haji (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KC Pekalongan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, pelayanan, dan religiositas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang (KC) Pekalongan. Tingginya minat masyarakat muslim untuk menunaikan ibadah haji menjadikan produk ini sangat potensial, namun ketatnya persaingan menuntut perbankan syariah untuk terus mengoptimalkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan Haji di Bank Muamalat KC Pekalongan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji t, uji F, dan koefisien determinasi) dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial: (1) Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah; (2) Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah; dan (3) Religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara simultan, variabel promosi, pelayanan, dan religiositas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan Haji di Bank Muamalat KC Pekalongan.

Kata kunci: Promosi, Pelayanan, Religiositas, Keputusan Nasabah, Tabungan Haji.

ABSTRACT

MUHAMMAD DZUL FIKRI. *The Effect of Promotion, Service, and Religiosity on Customer Decisions in Choosing Hajj Savings Products (Case Study at Bank Muamalat KC Pekalongan).*

This study aims to determine and analyze the effect of promotion, service quality, and religiosity on customer decisions in choosing Hajj Savings products at Bank Muamalat Branch Office (KC) Pekalongan. The high interest of the Muslim community to perform the Hajj makes this product highly potential, but strict competition requires Islamic banking to continually optimize the factors that influence customer decisions.

This research is quantitative research. The population in this study were Hajj Savings customers at Bank Muamalat KC Pekalongan. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 100 respondents (adjust with your data). Data collection was carried out through the distribution of questionnaires. Data analysis methods include instrument tests (validity and reliability), classic assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test, F-test, and coefficient of determination) using SPSS software.

The results of this study indicate that partially: (1) Promotion has a positive and significant effect on customer decisions; (2) Service has a positive and significant effect on customer decisions; and (3) Religiosity has a positive and significant effect on customer decisions. Simultaneously, the variables of promotion, service, and religiosity jointly have a significant effect on customer decisions in choosing Hajj Savings products at Bank Muamalat KC Pekalongan.

Keywords: *Promotion, Service, Religiosity, Customer Decision, Hajj Savings*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Religiositas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KC Pekalongan)”**. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum Jurusan Hukum Keluarga Islam pada Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Muhammad Masrur, S.H.I., M.E.I. selaku dosen wali akademik dan Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bantuan bimbingan, arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

5. Para dosen yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan kepada penulis, serta para staf pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis selama proses penyelesaian skripsi.
6. Serta semua pihak yang telah berjasa mendukung secara materil dan moril kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. Dan semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan yang berlipat. Usaha maksimal telah penulis lakukan dalam menyusun skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri penulis dan para pihak yang memerlukan. Penulis sangat menerima masukan, saran dan kritik guna penyempurnaan skripsi.

Pekalongan, 22 Desember 2025

Penulis



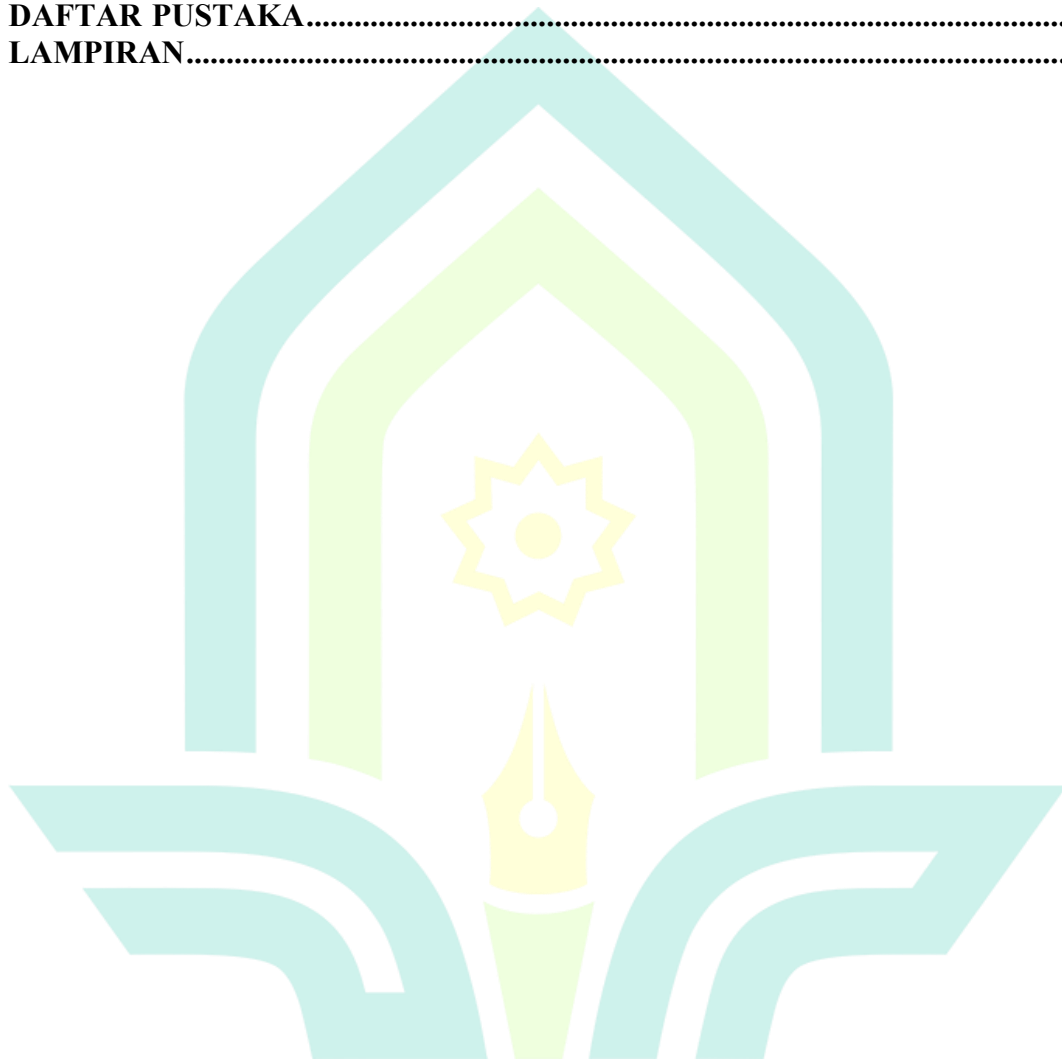
Muhammad Dzul Fikri

NIM. 4219155

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penelitian	5
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 7
A. Promosi	7
B. Pelayanan	10
C. Religiositas	16
D. Keputusan Nasabah	18
E. Tinjauan Pustaka	21
F. Kerangka Berpikir	30
G. Hipotesis	31
 BAB III METODE PENELITIAN	 33
A. Jenis dan Sumber Data	33
B. Populasi dan Sampel	33
C. Instrumen Pengumpulan Data	35
D. Variabel Penelitian	36
E. Teknik Analisa Data	37
 BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 43
A. Deskripsi Profil Bank Muamalat KC Pekalongan	43
B. Hasil Penelitian	51
C. Pengujian Instrumen Penelitian	55

D. Uji Asumsi Klasik.....	58
E. Uji Regresi Berganda	61
F. Pengujian Hipotesis.....	63
G. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	69
A. Simpulan	69
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ẓal	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau *diftong*

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...يَ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إَ...يَ...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ...يَ...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan

dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuзу
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi
rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

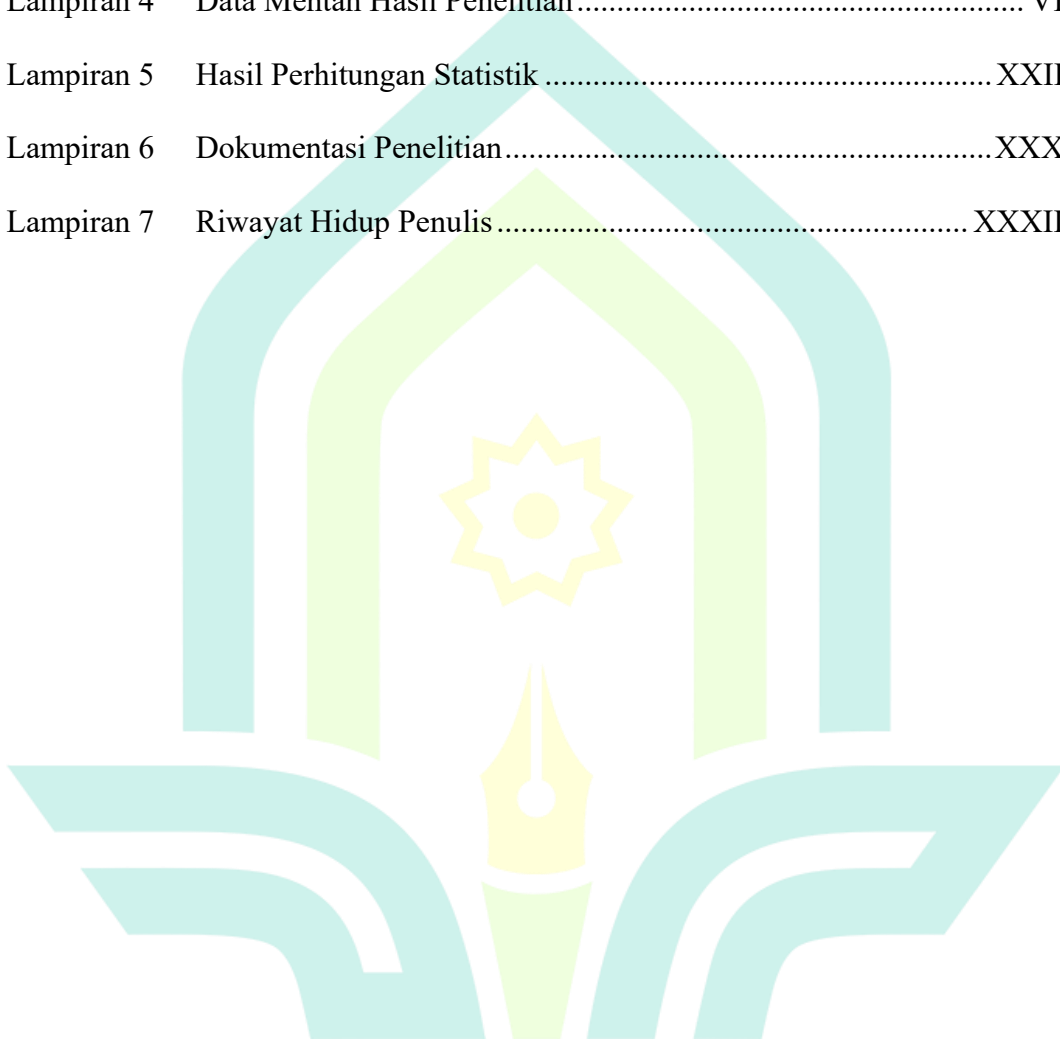


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakterstik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2	Karakterstik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.3	Karakterstik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.4	Karakterstik Responden Berdasarkan Pendapatan	55
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas	56
Tabel 4.6	Hasil pengujian Releabilitas	58
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Normalitas	59
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Multikolinearitas	60
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4.10	Hasil Analisis Linear Berganda.....	62
Tabel 4.11	Hasil Uji t	63
Tabel 4.12	Hasil Uji F (ANOVA)	65
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Pengantar Penelitian Dari Fakultas/Program Studi.....	I
Lampiran 2	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	II
Lampiran 3	Instrumen Pengumpulan Data (Kuesioner)	III
Lampiran 4	Data Mentah Hasil Penelitian.....	VI
Lampiran 5	Hasil Perhitungan Statistik	XXII
Lampiran 6	Dokumentasi Penelitian.....	XXX
Lampiran 7	Riwayat Hidup Penulis.....	XXXII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan positif seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Salah satu produk unggulan yang memiliki pangsa pasar sangat masif dan stabil adalah produk Tabungan Haji. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, ibadah haji bukan sekadar kewajiban agama, melainkan cita-cita spiritual tertinggi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Hal ini menciptakan lonjakan daftar tunggu (*waiting list*) yang sangat panjang, sehingga perencanaan keuangan melalui produk tabungan haji sejak dini menjadi sebuah urgensi mutlak bagi calon jemaah.

Sebagai pionir perbankan syariah di Indonesia, Bank Muamalat Indonesia (BMI) memiliki rekam jejak yang kuat dalam mengelola dana haji. Pada skala daerah, Bank Muamalat Kantor Cabang (KC) Pekalongan beroperasi di wilayah yang sangat dinamis. Kota dan Kabupaten Pekalongan dikenal memiliki karakteristik masyarakat yang religius, basis santri yang kuat, serta pertumbuhan ekonomi yang ditopang oleh sektor industri batik dan UMKM. Karakteristik demografis ini merupakan pasar yang sangat potensial bagi produk Tabungan Haji Bank Muamalat. Namun, di sisi lain, kompetisi antar-bank syariah (terutama setelah merger BSI) dan bank konvensional

yang memiliki unit usaha syariah semakin ketat dalam memperebutkan ceruk pasar tabungan haji di wilayah Pekalongan.

Di tengah ketatnya persaingan, strategi komunikasi pemasaran memegang peranan krusial. Bank Muamalat KC. Pekalongan dituntut untuk melakukan promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga edukatif dan mampu menyentuh sisi emosional masyarakat guna menarik minat mereka membuka rekening tabungan haji di tengah banyaknya opsi kompetitor.

Kepercayaan nasabah dalam menitipkan dana jangka panjang sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (*service quality*). Kemudahan sistem birokrasi pendaftaran haji yang terintegrasi dengan Siskohat (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu), keramahan staf, serta keandalan digital banking menjadi penentu apakah nasabah akan mempertahankan atau memilih bank tersebut.

Faktor psikologis internal yang membedakan perbankan syariah dengan konvensional adalah tingkat religiositas masyarakat. Di wilayah Pekalongan yang kental dengan nilai-nilai keagamaan, kepatuhan akan syariat (bebas riba) diduga kuat menjadi dorongan spiritual utama yang memengaruhi keputusan nasabah untuk memilih Bank Muamalat dibanding bank lainnya.

Meskipun Bank Muamalat memiliki keunggulan historis sebagai bank murni syariah pertama, fluktuasi jumlah pendaftar tabungan haji baru di KC. Pekalongan tetap terjadi. Terkadang, tingginya tingkat religiositas masyarakat Pekalongan tidak serta-merta linier dengan pemilihan Bank Muamalat, karena faktor kedekatan akses (pelayanan) atau gencar-tidaknya promosi dari bank

syariah pesaing. Kesenjangan antara potensi pasar yang religius dengan realisasi keputusan nasabah inilah yang memerlukan kajian ilmiah lebih mendalam.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dirasa tertarik untuk mengetahui lebih rinci mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah untuk tabungan haji dan faktor apa saja yang paling dominan dalam memberikan pengaruh pada nasabah untuk tabungan haji. Oleh karena itu diambilah judul **“Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Religiositas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KC Pekalongan).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki maksud untuk mengetahui:

1. Apakah Promosi mempengaruhi terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.
2. Apakah Pelayanan mempengaruhi terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.
3. Apakah Religiositas mempengaruhi terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.
4. Apakah promosi, pelayanan, dan religiositas mempengaruhi terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor religiositas terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor promosi, pelayanan, dan religiositas terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak dicapai peneliti dalam penyusunan penulisan ini adalah seebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan agar wawasan bertambah secara meluas bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan tentang tabungan haji pada bank Muamalat KC Pekalongan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis peneliti mengharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi atau informasi bagi praktisi pada bank Muamalat KC Pekalongan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk tabungan haji.

E. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini berisikan pendahuluan yang dijadikan acuan pembahasan pada bab-bab selanjutnya dan sekaligus sebagai gambaran keseluruhan isi penulisan yang cakupannya terdiri dari latar belakang masalah, yang memuat ketertarikan penulis terhadap kajian tersebut. Kemudian rumusan masalah yakni memuat hal-hal yang ingin diketahui oleh penulis mengenai masalah tersebut. Selanjutnya tujuan penulisan, kerangka teori, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, merupakan kajian teori yang mendefinisikan deskripsi teori tentang promosi, pelayanan, dan religiositas dan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji.

BAB III METODE PENELITIAN, dalam bab ini menjelaskan tentang rencana penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, pada bab ini akan diuraikan obyek umum penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP, bab ini merupakan bab penutup dari penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan hasil dari hasil penelitian dan saran kemudian diakhiri dengan daftar pustaka serta lampiran-lampiran.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisi yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengujian pengaruh promosi terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan membuktikan bahwa variabel promosi secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasannya dan nilai thitung 1.732 lebih kecil dari ttable 1.987, maka H_01 diterima dan H_{a1} ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan.
2. Pengujian pengaruh pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan membuktikan bahwa variabel pelayanan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasannya nilai thitung 3.902 lebih besar dari ttable 1.987, maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan

terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan.

3. Pengujian pengaruh religiositas terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan membuktikan bahwa variabel religiositas secara persial memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasannya nilai thitung 2.676 lebih besar dari ttable 1.987, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiositas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan.
4. Secara simultan atau bersama-sama ada pengaruh antara ketiga independen yaitu promosi, pelayanan, religiositas terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan, hal ini dibuktikan dengan hasil nilai fhitung 29.283 > ftable 2.70. nilai signifikansi 0.000 juga lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa promosi, pelayanan, dan religiositas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan.

B. Saran

Berdasarkan hasil simpulan dari penelitian tersebut di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya.

Diharapkan pada penelitian yang akan datang, jumlah sampel yang digunakan lebih banyak. Dengan sampel yang relative lebih banyak maka hasil analisis dari peneliti yang akan didapatkan akan lebih akurat. Yang ingin meneliti dengan topik yang sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan menabung nasabah dalam produk tabungan haji pada Bank Muamalat KC Pekalongan.

2. Untuk Pihak Bank Muamalat KC Pekalongan

Saran ini ditunjukan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan pelayanan, khususnya pada produk tabungan haji.

- a. Aspek promosi

Mengintensifkan promosi berbasis komunitas religious mengingat pekalongan adalah kota yang sangat religious promosi konvensional harus diimbangi dengan promosi “jemput bola” yang menyentuh langsung ke komunitas.

b. Aspek pelayanan

Menciptakan ibadah haji yang personal dan menyenangkan, penyederhanaan proses dan integrasi digital.

c. Aspek religiusitas

Religiusitas nasabah harus diimbangi dengan religiositas dari pihak bank, memperkuat atmosfer islami di kantor cabang.



DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, L., Sari, N., & Nurlina, E. (2021). Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 138.
- Antika Sari, D. (2018). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Haji Studi Pada BPRS Metro Madani KC. Kalirejo. *IAIN Metro*, 68.
- Bakar, R. A. (2021). Rifa'i Abu Bakar, Pengantar Metodologi Penelitian. *Antasari Press*.
- Darma, B. (2021). STATISTIK PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS *Indonesia: GUEPEDIA*.
- Dharma Laksana, A. (2019). Peran Marketing Dalam Meningkatkan Tabungan Haji (Studi Pada KSPPS BMT Artha Buana Pusat Kota Metro). *Metro*, 79.
- Duli, N. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF: BEBERAPA KONSEP UNTUK PENULISAN SKRIPSI & ANALISIS DATA DENGAN SPSS. *Yogyakarta: DEEPUBLISH*.
- Arman, & Faramansyah, A. N. (2021). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA Dalam Perspektif Islam. *Pustaka Al-Muqsih*.
- Isnaini, N. (2022). Analisis Strategi Bank dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk. *Mataram*, 78.
- J.Andriani Hardani. Ustiawaty. (2017). Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif.
- Juaini Hariri, M. (2019). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Koperasi Tani Syaria'h Bina Usaha di Desa Pendem Kecamatan
- Lubis , A. S., & Andayani, N. R. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 232-243.
- Meliani, A., Mulyadi, A. K., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiositas , Gaya Hidup, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Di Marketplace. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 163-175.
- Muhammad. (2004). *Manajemen dan Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonosia.

- Pamekas, M. (2021). Pelayanan Prima, ed. Mukson\.. *Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha*.
- Prabowo, H. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI (STUDI KASUS PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANG SIDIMPUAN).
- Priyanti, Y. (2021). Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 282.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS.
Ponorogo: CV. WADE GROUP.
- Putri, M. R. (2020). Stratelgi Pel masaran Prolduk Tabungan Haji pada PT. Bank BNI Syariah. *Palu*, 60.
- Rahman, A., & Abdul Wahab, M. (2004). Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektf Islam. *Prenada Media*, 263.
- Rukajat, A. (2018). PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF QUANTITATIF RESEARCH APPROACH. (Yogyakarta: Deepublish.
- Rupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaraan Jasa: Teori dan Praktek. *Salemba Empat*
- Safrudin, E. (2020). Pemasaran Tabungan ib Hijrah Haji untuk Menarik Minat Masyarakat Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Za pagar Bandar Lampung. *Metro*, 57.
- Sudrajat, M. S. (2001). M Subana, Sudrajat, Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah (Bandung: Pustaka Setia, 2001). *Bandung: Pustaka Setia*.
- Sunardi, & Primastiwi, A. (2015). Pengantar Bisnis: Konsep, Strategi Dan Kasus .
CAPS (Centerfor Academic Publishing Service).
- Tajudin, & Mulazid. (n.d.). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kep. Sawangan Kota Depok.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok. *ISLAMICONOMIC : Jurnal Ekonomi Islam*, 19-46.

- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-syariah : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 54-69.
- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Masharif al-syariah : Jurnal Ekonomi dan Perbankan yariah*, 52.
- Ustiawati, & Hardani, J. (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*.
- Wardana, W. (2018). Minat Masyarakat Terhadap Produk ar-Rum Haj Pegadaian. *IAIN Parepare*, 101.
- Waryuningsih, & Suci, N. (2012). Perlakuan Akuntansi Tabungan Haji Pada Bank. *The Indonesian Accounting Review*.

