



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT  
MASYARAKAT MUSLIM JABODETABEK MEMILIH PRODUK  
TABUNGAN HAJI BANK MUAMALAT**

**SKRIPSI**

**FAKHRANISAHLA KHALISA ROSYAD 2010116017**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**2024**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT  
MASYARAKAT MUSLIM JABODETABEK MEMILIH PRODUK  
TABUNGAN HAJI BANK MUAMALAT**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**FAKHRANISAHLA KHALISA ROSYAD 2010116017**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fakhranisahla Khalisa Rosyad

NIM : 2010116017

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Januari 2024  
Yang Menyatakan,



(Fakhranisahla Khalisa Rosyad)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fakhranisahla Khalisa Rosyad

NIM : 2010116017

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Jabodetabek  
Memilih Produk Tabungan Haji Bank Muamalat**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Univesitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 8 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Fakhranisahla Khalisa Rosyad)

# SKRIPSI

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MASYARAKAT MUSLIM JABODETABEK MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI BANK MUAMALAT

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**FAKHRANISAHLA KHALISA ROSYAD 2010116017**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 8 Januari 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



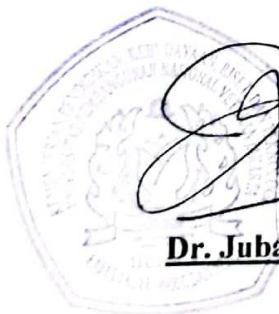

**Tati Handayani, S.E, M.M.**  
Ketua Penguji



**Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.**  
Penguji I



**Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Jubaedah, S.E, M.M.**  
Dekan



**Ade Nur Rohm, S.H.I, M.E.I, CDIF**  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 19 Januari 2024

***Factors Affecting the Interest of the Jabodetabek Muslim Community in Choosing  
Bank Muamalat Hajj Savings Products***

**By Fakhranisahla Khalisa Rosyad**

***Abstract***

*The rising cost of Hajj in Indonesia has become an obstacle for most Indonesian Muslims in performing the pilgrimage. Even so, several banks, including Bank Muamalat, which is a pioneer of Islamic banks in Indonesia, have acted as facilitators to help overcome this obstacle, allowing Muslims to continue to perform the pilgrimage. The purpose of this study is to determine and explain the effect of promotion, brand image, religiosity, consumer attitudes, subjective norms, and behavioral control on interest in using Bank Muamalat's Hajj savings products. The population in this study is the Jabodetabek Muslim community. Sampling with purposive sampling. This study amounted to 150 respondents with the criteria of the Jabodetabek Muslim population from the age of 17 years and knowing the Bank Muamalat Hajj savings. The approach used is quantitative with data analysis techniques Partial Least Square version 3.0. The results showed that promotion, brand image, religiosity, consumer attitudes, and subjective norms have a significant effect on interest, while behavioral control has no significant effect on interest. It is hoped that with this research, Bank Muamalat can develop Bank Muamalat's Hajj savings products.*

***Keywords:*** *brand image, hajj savings, purchase intention, promotion, religiosity*

**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Jabodetabek  
Memilih Produk Tabungan Haji Bank Muamalat**

**Oleh Fakhranisahla Khalisa Rosyad**

**Abstrak**

Kenaikan biaya haji di Indonesia telah menjadi kendala bagi sebagian besar Muslim Indonesia dalam melaksanakan ibadah haji. Meski begitu, beberapa bank, termasuk Bank Muamalat yang menjadi pelopor bank syariah di Indonesia, telah berperan sebagai fasilitator untuk membantu mengatasi hambatan ini, memungkinkan umat Muslim tetap melaksanakan ibadah haji. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang pengaruh promosi, citra merek, religiositas, sikap konsumen, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat menggunakan produk tabungan haji Bank Muamalat. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat muslim Jabodetabek. Pengambilan sampel dengan purposive sampling. Penelitian ini berjumlah 150 responden dengan kriteria penduduk muslim Jabodetabek dari usia 17 tahun dan mengetahui tabungan haji Bank Muamalat. Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data Partial Least Square versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, citra merek, religiositas, sikap konsumen, dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat, sedangkan kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap minat. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, pihak Bank Muamalat dapat mengembangkan produk tabungan haji Bank Muamalat.

**Kata kunci :** citra merek, minat beli, promosi, religiositas, tabungan haji





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Hari ini Senin, tanggal 8 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Fakhranisahla Khalisa Rosyad  
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116017  
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MASYARAKAT MUSLIM  
JABODETABEK MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI BANK MUAMALAT"**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus \**)

**Tim Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, S.E, M.M.	Ketua	1.
2	Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.	Anggota I	2.
3	Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF	Anggota II **)	3.

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 8 Januari 2024

Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprodi S1 Ekonomi Syariah

**Ade Nur Rohita, S.H.I, M.E.I, CDIF**



## **PRAKATA**

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. karena dengan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Jabodetabek Memilih Produk Tabungan Haji Bank Muamalat”**. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A., CDIF selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas arahan, kritik, dan saran yang berharga dalam setiap tahap penyusunan skripsi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf pengajar di Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama studi.

Untuk orang tua, kakak serta adik tercinta, Ibu Desdi Amna, Bapak Muhamad Rosad, Fathia Khairani Rosyad, Shafa Dzakira Rosyad, dan Muhammad Syafiq Abdurrahman beserta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan penuh kasih sayang, menjadi sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk diri sendiri, terima kasih karena telah mampu bertahan hingga saat ini, dan menghargai segala usaha dan upaya yang telah dilakukan untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Sheikha Najla Jamal, Fathya Aulia Zahra, Sabina Umayka, Amaliyah Sholikha, dan Hamidah Zakiyyah rekan saya dalam bertukar pikiran dalam pengerjaan skripsi ini dan seluruh angkatan 2020 Ekonomi Syariah sebagai teman seperjuangan selama proses perkuliahan. Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman yang sudah turut serta membantu dalam menyebarkan kuesioner penelitian. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

Jakarta, 22 Desember 2023

Fakhranisahla Khalisa Rosyad

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
<b>ABSTRAK</b>	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Minat	9
2.1.2 Teori Perilaku Berencana	11
2.1.3 Promosi	15
2.1.4 Citra Merk	20

2.1.5	Religiositas	24
2.1.6	Tabungan Haji	29
2.2	Penelitian Terdahulu	32
2.3	Model Penelitian	45
2.4	Hipotesis	46
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		<b>48</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.1.1	Definisi Operasional Variabel	48
3.1.2	Pengukuran Variabel	50
3.2	Populasi dan Sampel	52
3.2.1	Populasi	52
3.2.2	Sampel	52
3.3	Teknik Pengumpulan Data	53
3.3.1	Jenis Data	53
3.3.2	Sumber Data	53
3.3.3	Pengumpulan data	54
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	54
3.4.1	Teknik Analisis Data	54
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif	54
3.4.3	Model Pengukuran (Outer Model)	56
3.4.4	Model Struktural (Inner Model)	57
3.4.5	Uji Hipotesis	57
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>59</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	59
4.2	Deskripsi Data Penelitian	60
4.2.1	Deskripsi Data Responden	60
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis	63
4.3.1	Analisis Data Deskriptif	63

4.3.2	Model Pengukuran (Outer Model)	73
4.3.4	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	80
4.3.4	Uji Hipotesis	81
4.4	Pembahasan	83
4.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Minat	83
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat	85
4.4.3	Pengaruh Religiositas Terhadap Minat	86
4.4.4	Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat	88
4.4.5	Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat	89
4.4.6	Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Minat	90
<b>BAB V KESIMPULAN</b>		<b>93</b>
5.1	Simpulan	93
5.2	Keterbatasan	93
5.3	Saran	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>95</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Top Brand</i> Indeks Tahun 2019-2022	4
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu Penelitian Terkait dengan Minat beli	42
Tabel 3 Skala Likert	50
Tabel 4 Definisi Operasional dan Indikator	51
Tabel 5 Interpretasi Nilai Persentase Responden	55
Tabel 6 Indeks <i>Cronbach Alpha</i>	56
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	62
Tabel 12 Interpretasi Nilai Presentase Responden	63
Tabel 13 Outer Loading	73
Tabel 14 Average Variance Extracted (AVE)	78
Tabel 15 Uji Reliabilitas	78
Tabel 16 R-Square	80
Tabel 17 Uji T. Statistik	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Biaya Perjalanan Ibadah Haji	2
Gambar 2. Model Penelitian	46
Gambar 3 Tanggapan Responden Terhadap Minat	64
Gambar 4 Tanggapan Respon Terhadap Variabel Promosi	65
Gambar 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	67
Gambar 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiositas	68
Gambar 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen	70
Gambar 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Norma Subjektif	71
Gambar 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kontrol Perilaku	72
Gambar 10 Outer Loading	77

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Data Kuesioner 150 Responden
- Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 6. Output Outer Model PLS
- Lampiran 7. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 8. Kartu Monitoring Bimbingan