

SKRIPSI

**PENGARUH MINAT MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI KALANGAN
GENERASI Z PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
TBK KC PAREPARE**



OLEH

**RENANDA PUTRI HALTIN
NIM : 2120203861206120**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**PENGARUH MINAT MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI KALANGAN
GENERASI Z PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
TBK KC PAREPARE**



OLEH

**RENANDA PUTRI HALTIN
NIM: 2120203861206120**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Minat Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Haji Di Kalangan Generasi Z Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kc Parepare

Nama Mahasiswa : Renanda Putri Haltin

NIM : 2120203861206120

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor B-1081/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/03/2024

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag)
NIP : 19710208 200112 2 002

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag

NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Minat Menabung Terhadap Keputusan
Penggunaan Produk Tabungan Haji Di Kalangan
Generasi Z Pada PT. Bank Syariah Indonesia
Tbk. Kc Parepare

Nama Mahasiswa : Renanda Putri Haltin

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203861206120

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor: B. 1081/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/03/2024

Tanggal Ujian : 08 Juli 2025

Di Diserahkan oleh Komisi Penguji

| | | |
|---------------------------------------|-----------|---------|
| Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag | (Ketua) | (.....) |
| Prof. Dr. Hj. St. Aminah Azis, M.Pd | (Anggota) | (.....) |
| Dr. Ahmad Dzul Ilmi, S.E., M.M. | (Anggota) | (.....) |

Mengetahui :

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag
NIP. 102082001 122002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. Atas segala limpahan Rahmat, taufik, dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Minat Menabung terhadap Keputusan Penggunaan Produk tabungan Haji di Kalangan Generasi Z pada BSI Kantor Cabang Parepare” sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare. Penulis menyampaikan rasa Terima kasih yang mendalam kepada Ibunda tercinta (Agustina Dini) dan Ayahanda (Abdul Halim), serta saudari penulis yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan doa doanya, sehingga penulis berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan maksimal.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan oleh Ibu Prof . Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan proposal ini. Atas bimbingan dan bantuan yang diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Penyusunan skripsi ini juga banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berkontribusi dalam memajukan dan mengembangkan IAIN Parepare menjadi lebih baik dan lebih unggul.
2. Ibu Prof . Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. I Nyoman Budiyo, M.M. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak/Ibu Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan di IAIN Parepare.
6. Bapak Ibu Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu selama proses penyusunan tugas akhir ini.
7. Ucapan terima kasi juga penulis sampaikan kepada pihak BSI Kantor Cabang Parepare yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
8. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan Nur Andini Sari, Ilmi Amini Lukman, Diva Audiya Putri. Yang telah menjadi semangat, serta mendampingi dalam suka dan duka selama menempuh pendidikan hingga proses penyusunan skripsi ini.
9. Nur Isma Padila salah satu mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selama ini telah berbagi ilmu dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman classroom yang selalu men-support dari SMA hingga saat ini.
11. Teman seperjuangan selama di perkuliahan hingga selesai. Derby Yunus.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata sebagai penutup, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi ilmiah yang berguna, khususnya dalam pengembangan jakian di bidang Perbankan Syariah



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Renanda Putri Haltin

Nim : 2120203861206120

Tempat/Tgl Lahir : Pinrang, 26 Juli 2003

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Minat Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Haji Di Kalangan Generasi Z Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kc Parepare

Dengan ini, Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 14 Mei 2025 M
16 Dzulqaidah 1446H

Penulis



RENANDA PUTRI HALTIN
NIM.2120203861206120

ABSTRAK

RENANDA PUTRI HALTIN, *Pengaruh minat Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Haji Di Kalangan Generasi Z Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kc Parepare.* (dibimbing oleh Muzdalifah Muhammadun).

Fenomena meningkatnya minat generasi Z terhadap perencanaan keuangan jangka panjang, khususnya dalam persiapan ibadah haji, menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Di tengah pertumbuhan ekonomi digital dan kesadaran religius yang tinggi, generasi Z mulai menunjukkan antusiasme terhadap produk-produk perbankan syariah, salah satunya adalah tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI). Parepare sebagai kota dengan populasi muda yang dinamis memiliki potensi besar, namun juga tantangan dalam menyadarkan pentingnya persiapan haji sejak dini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 72 responden yang merupakan nasabah aktif tabungan haji generasi Z (usia 19–28 tahun) di BSI Kantor Cabang Parepare. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin dengan margin of error 10%. Data dianalisis menggunakan uji korelasi Spearman dan Kendall's Tau, serta regresi non-parametrik model LOWESS untuk melihat hubungan antara variabel minat menabung dan keputusan penggunaan produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat menabung berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji. Responden menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap produk tabungan haji karena alasan religius, kemudahan fitur, keyakinan pada prinsip syariah, dan pengaruh lingkungan. Mereka aktif mencari informasi, mengevaluasi pilihan, dan memutuskan untuk menabung sejak usia muda sebagai bentuk persiapan ibadah haji yang terencana. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi BSI dalam menyusun strategi pemasaran dan edukasi keuangan yang lebih efektif, khususnya dalam menjangkau generasi muda. Penelitian ini juga memperkuat peran perbankan syariah dalam mendukung tujuan keuangan dan spiritual umat Islam sejak usia muda.

Kata Kunci: Minat Menabung, Keputusan Penggunaan Produk, Tabungan Haji, Generasi Z, BSI.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING | ii |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| TRANSLITERASI DAN SINGKATAN..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| A. Tinjauan Penelitian Relevan..... | 10 |
| B. Tinjauan Teoritis | 13 |
| 1. Minat Menabung | 13 |
| 2. Keputusan Penggunaan Produk..... | 14 |
| 3. Tabungan Haji..... | 15 |
| 4. Pengaruh minat terhadap keputusan penggunaan produk..... | 17 |
| C. Kerangka Konseptual | 19 |
| D. Kerangka Pikir..... | 20 |
| F. Hipotesis..... | 20 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 23 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 23 |

| | |
|---|-------------|
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 24 |
| C. Populasi dan Sampel | 24 |
| D. Instrumen Penelitian..... | 25 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 30 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 36 |
| A. Deskripsi Hasil penelitian | 36 |
| B. Uji Instrumen Analisis Data..... | 41 |
| C. Pengujian Hopotesis | 50 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 57 |
| BAB V PENUTUP..... | 64 |
| A. Kesimpulan..... | 64 |
| B. Saran..... | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |
| LAMPIRAN..... | I |
| BIODATA PENULIS | XVII |

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. 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 lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

| Huruf | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|------|--------------------|-------------------------------|
| ا | alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | ba | b | be |
| ت | ta | t | te |
| ث | tha | th | te dan ha |
| ج | jim | j | je |
| ح | ha | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha | kh | ka dan ha |
| د | dal | d | de |
| ذ | dhal | dh | de dan ha |
| ر | ra | r | er |
| ز | zai | z | zet |

| | | | |
|---|--------|----|-------------------------------|
| س | sin | s | es |
| ش | syin | sy | es dan ye |
| ص | shad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | dhad | ḍ | de (dengan titik dibawah) |
| ط | ta | ṭ | te (dengan titik dibawah) |
| ظ | za | ẓ | zet (dengan titik dibawah) |
| ع | ‘ain | ‘ | koma terbalik ke atas |
| غ | gain | g | ge |
| ف | fa | f | ef |
| ق | qaf | q | qi |
| 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 |

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| ا | Fathah | a | a |
| إ | Kasrah | i | i |
| أ | Dhomma | u | u |

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|----------------|-------------|---------|
| اِيْ | Fathah dan Ya | ai | a dan i |
| اُوْ | Fathah dan Wau | au | a dan u |

Contoh :

كَ يَفْ :
 خَوْلَ : Kaifa
 : Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| اَ / نَ | fathah dan alif atau ya | ā | a dan garis di atas |
| إِ يِ | kasrah dan ya | ī | i dan garis di atas |

| | | | |
|----|----------------|---|---------------------|
| وُ | kasrah dan wau | ū | u dan garis di atas |
|----|----------------|---|---------------------|

Contoh :

مات : māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh : رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

atau *al-*

madīnatul fāḍilah

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمٌ : *nu‘ima*

عَدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي ي), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh: اَلشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*) اَلزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمُورٌ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ aljalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh: هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahrū Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur‘an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,

Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd

(bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah: swt.

= *subḥānahū wa ta‘āla saw.* =

ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam

a.s. = ‘*alaihi al- sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

دم = بدون

صلعم = صلى الله عليه وسلم

ط = طبعة

بن = بدون ناشر

الخ = إلى آخرها / إلى آخره

جزء = ج

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia telah lama menjadi pemimpin dalam pengembangan keuangan syariah di seluruh dunia.¹ Bank Syariah Indonesia (BSI) lahir dari hasil penggabungan (Merger) dari 3 Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM).² Perkembangan perbankan ini diikuti dengan munculnya undang-undang yang jelas dan jenis usaha yang dapat dioperasikan dan dilaksanakan oleh bank syariah.³

Tabungan haji sangatlah memudahkan umat islam di segala kalangan termasuk pada kalangan generasi z. Di tahun 2024 ini sejalan dengan meningkatnya ekonomi digital kalangan generasi z tentunya banyak yang mempunyai wishlist atau keinginan untuk melakukan ibadah haji dikemudian hari jika sudah mampu. Salah satu penghambat generasi z belum melakukan ibadah haji adalah karena belum mampu, kemudian muncullah sebuah produk Bsi yang memudahkan generasi z untuk mencapai wishlist atau mimpi mereka.

¹ Tho'n M. Profitability of Islamic Commercial Banks In Indonesia. *Iqtishadia J Ekon Perbankan Syariah*. 2019;6(2):89-99.doi:10.19105/iqtishadia.v6i2.2429

² Ulfa A. Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *J Ilm Ekon Islam*. 2021;7(2). doi:10.29040/jiei.v7i2.2680

³ NAI, Frihatni AA, Budiono IN. the Influence of Mudharabah and Musyarakah Financing on the Financial Performance of Sharia Banking in Indonesia. *Islam Financ Account Rev*. 2024;3(1):53-64. doi:10.35905/ifar.v3i1.13200

Kelebihan produk tabungan haji di Bsi kc parepare adalah tabungan haji muda bisa langsung mendapat kuota keberangkatan haji minimal sejak usia 12 tahun, jika jumlah tabungan sudah terpenuhi maka dapat segera mendaftar haji mulai usia 17 tahun. Tabungan haji bertujuan untuk memfasilitasi nasabah dalam mendaftar haji secara langsung. Sementara itu, BSI berperan sebagai lembaga keuangan yang mengumpulkan dana dari calon Jemaah haji yang ingin melaksanakan ibadah haji. Selain itu, Bsi juga menawarkan berbagai layanan yang sesuai dengan prinsip syariah islam, baik operasional maupun akad.⁴

Jumlah pendaftar haji yang menabung di Bsi sampai dengan maret 2024 mencapai 3,6 juta Jemaah. Jumlah tersebut sekitar 64% dari total Jemaah waiting list (daftar tunggu) haji regular Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa Bsi mempunyai peran penting yang signifikan untuk memberikan layanan terbaik bagi calon Jemaah haji di Indonesia.⁵

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Haji Generasi z Bsi Kc Parepare November 2024

| Tahun Lahir | Usia | Jenis Kelamin | | Jumlah |
|-------------|------|---------------|----|--------|
| | | P | L | |
| 1997 | 27 | 18 | 20 | 38 |
| 1998 | 26 | 22 | 16 | 38 |
| 1999 | 25 | 29 | 24 | 53 |
| 2000 | 24 | 15 | 16 | 31 |
| 2001 | 23 | 31 | 13 | 44 |
| 2002 | 22 | 40 | 5 | 45 |

⁴Ahmadsyah I, Aulia Marzelin A, Ismuadi. Strategi Pemasaran Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Meulaboh. *J Ilm Mhs Ekon Islam*. 2022;4(2):106-124.

⁵ PT Bank Syariah Indonesia. "BSI Berangkatkan 83% Jamaah Haji Indonesia Tahun 2024." Diakses 20 November 2024. <https://www.bankbsi.co.id/news-update>

| | | | | |
|---------------|----|------------|------------|------------|
| 2003 | 21 | 30 | 8 | 38 |
| 2004 | 20 | 17 | 4 | 21 |
| 2005 | 19 | 20 | 6 | 26 |
| Jumlah | | 222 | 112 | 334 |

Sumber Data: Diperoleh Dari BSI Kc Parepare yang Diolah Oleh Peneliti

Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Tabungan Haji Generasi Z Bsi Kc Parepare Desember 2024

| Tahun Lahir | Usia | Jenis Kelamin | | Jumlah |
|---------------|------|---------------|------------|------------|
| | | P | L | |
| 1997 | 27 | 30 | 19 | 39 |
| 1998 | 26 | 22 | 24 | 46 |
| 1999 | 25 | 18 | 21 | 39 |
| 2000 | 24 | 34 | 14 | 48 |
| 2001 | 23 | 27 | 11 | 38 |
| 2002 | 22 | 26 | 11 | 37 |
| 2003 | 21 | 30 | 8 | 38 |
| 2004 | 20 | 41 | 8 | 49 |
| 2005 | 19 | 10 | 6 | 16 |
| Jumlah | | 238 | 122 | 360 |

Sumber Data: Diperoleh Dari BSI Kc Parepare yang Diolah Oleh Peneliti

Dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah Tabungan haji generasi z di bsi kc parepare pada bulan november dan desember 2024 menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan. Pada bulan november, total jumlah nasabah tercatat sebanyak 334orang, yang terdiri dari 222 nasabah Perempuan dan 112 nasabah laki-laki. Namun, pada bulan desember, jumlah nasabah tersebut meningkat menjadi 360 orang, dengan rincian 238 nasabah Perempuan dan 122 nasabah laki-laki. Peningkatan total sebanyak 26 orang ini mencerminkan pertumbuhan positif, Dimana jumlah nasabah Perempuan juga mengalami kenaikan yang lebih besar dibandingkan dengan laki-laki, hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan Perempuan dari generasi z lebih aktif dalam menabung khususnya dalam keperluan haji.

Generasi z di indonesia sudah menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap masa depan mereka, hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah nasabah tabungan haji di perbankan syariah. Hal tersebut menggambarkan komitmen mereka untuk merencanakan dan mempersiapkan kebutuhan ibadah mereka di masa depan. Data menunjukkan bahwa jumlah nasabah tabungan haji di perbankan syariah terus meningkat setiap tahunnya. Per November 2024, jumlah NoA (Number Of Account) tabungan haji di BSI mencapai 5.521.769 NoA, meningkat dari 4.976.345 NoA pada Desember 2023. Kenaikan ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 10,96%. Kenaikan customer base tersebut di iringi kenaikan dana kelolaan haji sebesar 12% di November 2024. Di sisi lain jumlah pendaftar porsi haji reguler (setoran awal haji 25 juta) mengalami kenaikan signifikan sebesar 27% YoY dari 132ribu jamaah pada November 2023 menjadi 169ribu jamaah per November 2024.⁶

Minat menabung generasi z terhadap produk tabungan haji dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial yang menunjukkan pentingnya perencanaan keuangan dalam konteks religious. Generasi ini dikenal sebagai generasi digital. Generasi z juga memiliki kesadaran yang tinggi terhadap nilai-nilai agama, yang mendorong mereka untuk menabung untuk tujuan haji sebagai bagian dari kewajiban beribadahnya.

Selain itu pengalaman positif dengan produk tabungan dapat meningkatkan minat generasi z untuk terus menabung. Generasi z juga lebih tertarik pada produk yang tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga memiliki dampak sosial. Tingkat literasi keuangan yang tinggi akan memberikan dampak positif pada generasi z dikarenakan adanya pemahaman yang baik tentang keadaan keuangan

⁶ PT Bank Syariah Indonesia, “BSI Catat Kenaikan Signifikan Tabungan Haji, Buktikan Kepercayaan Nasabah,” diakses 20 April 2025, dari <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-catat-kenaikan-signifikan-tabungan-haji-buktikan-kepercayaan-nasabah>.

akan membuat generasi z memiliki banyak informasi dan memiliki keputusan untuk menabung.

Meningkatnya ekonomi digital kalangan Generasi Z. Terutama untuk tujuan jangka panjang seperti haji, menjadi salah satu fenomena yang menarik untuk diteliti mengingat karakteristik mereka yang lebih pragmatis dan terhubung dengan dunia digital. Sebagai kota dengan populasi muda yang terus berkembang, parepare memiliki tantangan tersendiri dalam menyadarkan masyarakat, khususnya generasi z, tentang pentingnya menabung untuk keperluan haji. Oleh karena itu mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung dan bagaimana hal tersebut berhubungan dengan tabungan haji di Bsi kc Parepare menjadi penting untuk membantu pengembangan produk dan layanan lebih efektif.

Selain meningkatnya minat menabung generasi Z, penting pula untuk memahami bagaimana minat tersebut bermuara pada keputusan nyata untuk menggunakan produk tabungan haji. Keputusan menabung merupakan hasil dari proses evaluasi yang dilakukan individu terhadap berbagai alternatif produk keuangan yang tersedia, berdasarkan informasi, keyakinan, dan nilai-nilai yang dianutnya. Menurut Schiffman dan Kanuk, keputusan konsumen diambil melalui proses lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah pembelian.⁷ Dalam konteks ini, generasi Z tidak hanya menunjukkan minat, tetapi juga membuat keputusan keuangan yang nyata untuk menabung haji di bank syariah seperti BSI, yang dinilai sesuai dengan prinsip religius dan kebutuhan masa depan mereka.

⁷ Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior* (New Jersey: Prentice Hall, 2008), hlm. 547.

keputusan untuk menabung bukan hanya merupakan tindakan finansial, tetapi juga mencerminkan tingkat kesadaran, kesiapan, serta perencanaan jangka panjang dari seseorang. Hal ini diperkuat oleh teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa keputusan pembelian (termasuk keputusan menabung) sangat dipengaruhi oleh minat, sikap, dan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan.⁸ Dengan demikian, memahami hubungan antara minat dan keputusan menabung menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana generasi Z mampu menerjemahkan dorongan internalnya menjadi tindakan keuangan yang konkret, khususnya dalam produk tabungan haji.

Dalam Islam, mempersiapkan bekal untuk ibadah merupakan anjuran yang jelas tertulis dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 197:

الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَةٌ ۖ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ ۚ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ يَعْلَمْهُ اللَّهُ ۚ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ ﴿١٩٧﴾

Terjemahnya:

“(Musim) haji itu (berlangsung pada) bulan-bulan yang telah dimaklumi. Siapa yang mengerjakan (ibadah) haji dalam (bulan-bulan) itu, janganlah berbuat rafaṣ, berbuat maksiat, dan bertengkar dalam (melakukan ibadah) haji. Segala kebaikan yang kamu kerjakan (pasti) Allah mengetahuinya. Berbekallah karena sesungguhnya sebaik-baik bekal adalah takwa. Bertakwalah kepada-Ku wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat.”⁹

⁸ Nugraha, Jefri P., dkk. *Teori Perilaku Konsumen* (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2022), hlm. 89. <https://books.google.co.id/books?hl=id&id=Oa1eEAAQBAJ>

⁹ Al-Qur'an Surah Al-Baqarah: 197.

Ayat ini menegaskan pentingnya perencanaan dalam pelaksanaan ibadah, termasuk dalam ibadah haji. Menabung untuk berhaji merupakan bentuk implementasi dari ayat tersebut, di mana umat Islam dianjurkan untuk memiliki bekal yang cukup, baik secara spiritual maupun finansial, agar dapat melaksanakan ibadah dengan baik tanpa membebani pihak lain.

Selain itu, fenomena dilapangan menunjukkan bahwa generasi z memiliki karakteristik unik dalam hal perencanaan keuangan termasuk tabungan haji. Namun belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas hubungan antara minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji dikalangan generasi z. oleh karena itu penelitian ini dilakukan agar diharap dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis dan menjadi referensi bagi Bsi dalam mengembangkan pemasaran yang lebih sesuai dengan karakteristik generasi muda.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Bsi kc Parepare dalam merancang produk dan untuk meningkatkan minat nasabah yang lebih sesuai dengan kebutuhan preferensi generasi z. selain itu, penelitian ini juga akan memberikan wawasan bagi generasi muda, serta memperkuat upaya pemerintah dalam mendorong masyarakat menabung untuk keperluan haji terkhusus untuk kalangan generasi z.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa kuat tingkat minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji di kalangan generasi z pada Bsi kc parepare?

2. Apakah terdapat hubungan positif dan signifikan antara minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji di kalangan generasi z pada Bsi kc parepare?
3. Bagaimana pola hubungan antara minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji generasi z pada Bsi kc parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, berikut adalah beberapa tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa kuat tingkat minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji di kalangan generasi z pada Bsi kc parepare.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji di kalangan generasi z pada bsi kantor cabang parepare.
3. Untuk mengetahui pola hubungan antara minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji di Bsi kc parepare.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi semua kalangan khususnya generasi z, tentang seberapa besar minat generasi z dalam menabung di BSI kc Parepare.

2. Kegunaan praktis

- a. sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

- b. Sebagai informasi juga bahan referensi untuk peneliti selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Peneliti menggunakan ringkasan penelitian relevan yang dijadikan sebagai bahan acuan yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, antara lain;

1. Lendra Darmawan dengan judul, “Pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia (BSI) kc Kelapa Gading 1”. penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable Promosi, Edukasi dan Motivasi secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia. Kemudian secara simultan variabel Promosi, Edukasi serta Motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia.¹⁰

Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif . sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi terhadap keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji pada BSI kc Kelapa Gading I, sedangkan penelitian peneliti fokus Pada Pengaruh Minat Nasabah Generasi z terhadap Produk Tabungan Haji pada BSI kc Parepare.

¹⁰ Lendra D. *Pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia KC Kelapa Gading 1*. UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto; 2023. https://repository.uinsaizu.ac.id/22161/1/Lendra_Darmawan_PENGARUH_PROMOSI%2C_EDUKASI%2C_MOTIVASI_TERHADAP_KEPUTUSAN_NASABAH_MEMILIH_TABUNGAN_HAJI_D.pdf

2. Hendra Novlan, Muhammad Wardany Anwar, Fauzi, Rita Irviani dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, dan analisis data penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mengenai setiap jenis produk tabungan memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung di bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalijero Lampung Tengah. Hal ini dibuktikan melalui uji Bersama (uji-T) yang menunjukkan nilai signifikan, sehingga hipotesis alternatif diterima. Selain itu, nilai R square menunjukkan bahwa pengetahuan tentang setiap jenis produk tabungan berkontribusi terhadap minat menabung, sementara sisanya di pengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Secara keseluruhan penelitian diatas dan penelitian dari peneliti memiliki kesamaan dalam fokus pada Bsi, penekanan pada minat menabung, dan hubungan antara pengetahuan dan Keputusan keuangan . meskipun penelitian diatas dan penelitian dari peneliti sama-sama memiliki hubungan, kedua penelitian ini memiliki fokus, variabel, populasi, tujuan dan implikasi yang berbeda.¹¹

3. Neneng Fajriyah, “Pengaruh Promosi, Reputasi dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan dalam menggunakan tabungan haji. Begitupun dengan reputasi (X2), Strategis (X3)

¹¹ Novian H, Anwar MW, Fauzi F, Irviani R. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *J Ilm Ekon Islam*. 2023;9(3):4082. doi:10.29040/jiei.v9i3.11358

berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji.¹²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah keduanya menggunakan pendekatan kuantitatif, selain itu sama-sama meneliti faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan produk tabungan haji. Adapun perbedaan dari kedua penelitian ini adalah penelitian dari peneliti lebih fokus pada aspek perilaku individu (minat menabung) dalam kalangan generasi z sedangkan penelitian ini lebih fokus pada aspek strategi eksternal bank. Kemudian yang kedua penelitian dari peneliti menggunakan analisis bivariat dengan regresi linier sederhana, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis multivariat atau menggunakan regresi berganda.

4. Neta Shinta Vernanda, “ Pengaruh Persepsi Manfaat, kemudahan Penggunaan dan Sikap Terhadap Keputusan Genrasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Oneline Bsi Mobile (Studi Pada Generasi Z Nasabah BSI di Purwokerto) “. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dimana hasil pengujiannya menunjukkan bahwa pada variabel persepsi manfaat (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan sikap (X3) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile pada gen Z nasabah BSI di Purwokerto. Sedangkan secara simultan variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap

¹² Fajriyah N. *Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah; 2013. 34

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/23879>.

berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan pembukaan rekening online BSI Mobile pada gen Z nasabah BSI di Purwokerto.¹³

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis data uji korelasi spearman dan kendall's tau. Perbedaannya penelitian ini meneliti pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap keputusan generasi z menggunakan layanan pembukaan rekening online Bsi mobile sedangkan penelitian peneliti fokus pada pengaruh minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji dikalangan generasi z.

B. Tinjauan Teoritis

1. Minat Menabung

Menurut sofyan assauri, minat adalah dorongan yang muncul secara alami dari dalam diri seseorang tanpa adanya tekanan dari pihak luar, yang mengarah pada pencapaian tujuan tertentu. Minat juga sering diartikan sebagai Keputusan individu dalam menggunakan atau membeli suatu produk atau layanan tertentu.¹⁴ Dalam konteks menabung, minat menabung dapat diartikan sebagai keinginan individu untuk menyisihkan Sebagian pendapatannya secara sukarela guna mencapai tujuan finansial dimasa depan, seperti memenuhi kebutuhan darurat, Pendidikan, maupun persiapan ibadah haji.

¹³ Vernanda NS. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online Bsi Mobile*. Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto; 2024.
[https://repository.uinsaizu.ac.id/23546/1/Neta Shinta Vernanda_Pengaruh Persepsi Manfaat%20Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile %28Studi Pada Gen Z Nasabah BSI Di Purwokerto%29.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/23546/1/Neta%20Shinta%20Vernanda_Pengaruh%20Persepsi%20Manfaat%20Kemudahan%20Penggunaan%20Dan%20Sikap%20Terhadap%20Keputusan%20Generasi%20Z%20Menggunakan%20Layanan%20Pembukaan%20Rekening%20Online%20BSI%20Mobile%20Studi%20Pada%20Gen%20Z%20Nasabah%20BSI%20Di%20Purwokerto.pdf)

¹⁴ Novian H, Anwar MW, Fauzi F, Irviani R. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *J Ilm Ekon Islam*. 2023;9(3):4082. doi:10.29040/jiei.v9i3.11358

Aspek-aspek minat menabung meliputi:

- a. Kesadaran akan pentingnya menabung
- b. Dorongan untuk mencapai tujuan tertentu (seperti tabungan haji)
- c. Kemauan untuk menyisihkan pendapatan
- d. Ketertarikan terhadap produk tabungan yang tersedia

2. Keputusan Penggunaan Produk

Menurut Schiffman dan Kanuk, Keputusan dapat diartikan sebagai proses pemilihan suatu Tindakan dari dua atau lebih alternatif yang tersedia. Agar seseorang, khususnya konsumen atau nasabah, dapat membuat Keputusan, maka mereka harus memiliki beberapa opsi sebagai bahan pertimbangan sebelum menentukan pilihan.¹⁵ Dalam menabung, keputusan nasabah merupakan hasil dari pertimbangan terhadap berbagai pilihan untuk menabung apabila seseorang merasa bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya, baik dari segi manfaat, keamanan, kenyamanan, hingga kesesuaian dengan nilai atau prinsip pribadi, seperti prinsip syariah.

Menurut Akbar, tabungan haji merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh perbankan guna mempermudah Masyarakat dalam merencanakan keuangan mereka untuk melaksanakan ibadah haji. Bank Syariah, sebagai Lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah, berperan dalam menghimpun dana dari Masyarakat yang memiliki niat menunaikan ibadah haji dengan menyediakan berbagai layanan yang sesuai dengan ketentuan syariah, baik

¹⁵ Risnawati R, Syaparuddin. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Milenial di Kabupaten Bone)". *Al-Iqtishad J Ekon.* 2021;13(1):17. <https://www.jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/aliqtishad/article/download/2536/1129>

dari segi akad maupun aspek operasional lainnya.¹⁶ Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip Islam, di mana seluruh kegiatan dan sistem kerjanya merujuk pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis. Dengan kata lain, Bank Syariah beroperasi sesuai dengan ketentuan dan hukum Syariah Islam.¹⁷ Adapun produk tabungan haji yang di rancang oleh Bsi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan mempertimbangkan aspek keuangan yang halal dan berkelanjutan dari kebutuhan nasabah. Selain itu Bsi juga menyediakan dua jenis tabungan haji, Dimana tabungan muda Indonesia, merupakan produk yang di rancang khusus untuk anak-anak dan remaja di semua kalangan termasuk generasi z.

3. Tabungan Haji

Tabungan haji adalah produk simpanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah dengan tujuan membantu nasabah dalam merencanakan dan mempersiapkan dana untuk pelaksanaan ibadah haji. Produk ini umumnya dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti setoran awal ringan, sistem autodebet, serta integrasi dengan SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia.

Menurut Bank Indonesia, tabungan haji merupakan salah satu bentuk tabungan berjangka dengan tujuan khusus, yang memfasilitasi calon jamaah haji agar dapat memenuhi syarat administratif dan keuangan untuk berangkat ke tanah

¹⁶ Risnawati R, Syaparuddin. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Milenial di Kabupaten Bone)". *Al-Iqtishad J Ekon.* 2021;13(1):17. <https://www.jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/aliktishad/article/download/2536/1129>

¹⁷ Wahyuni SA, Bahri A, Yasin Soumena M. Jurnal Mirai Management Efektivitas Sosialisasi Bank Muamalat KCP Parepare Terhadap Peningkatan Minat Menabung Masyarakat. *J Mirai Manag.* 2023;8(3):251-257.

suci. Produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial, tetapi juga menjadi bentuk penguatan nilai religius dalam perencanaan keuangan umat Islam, termasuk generasi muda.

Sebagai bentuk ibadah yang memerlukan kesiapan baik secara spiritual maupun finansial, perintah untuk melaksanakan haji juga ditegaskan dalam Surah Ali Imran ayat 97. Allah SWT berfirman:

فِيهِ ءَايَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا ۚ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ
مَنْ أَسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Terjemahnya:

“ Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah.”¹⁸

Ayat ini menegaskan bahwa menunaikan ibadah haji merupakan kewajiban bagi setiap Muslim yang mampu, baik dari sisi fisik, mental, maupun finansial. Kemampuan dari segi finansial inilah yang mendorong umat Islam untuk mempersiapkan diri sejak dini, salah satunya dengan menabung secara terencana melalui produk tabungan haji.

Produk tabungan haji di bank syariah seperti BSI hadir sebagai fasilitas untuk membantu umat Islam dalam memenuhi kewajiban ini. Dengan menabung secara bertahap, nasabah dapat menghindari beban finansial mendadak, serta memastikan diri memenuhi persyaratan administratif dan keuangan untuk mendapatkan porsi haji resmi dari Kementerian Agama.

Tabungan haji menggunakan akad mudharabah, yang dimana dalam akad ini terjadi kerja sama antara nasabah sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan

¹⁸ Al-Qur'an, Surah Ali Imran: 97

pihak bank sebagai pengelola dana (*mudharib*). Dana yang disetorkan oleh nasabah ke dalam tabungan haji akan dikelola oleh pihak bank pada sektor-sektor usaha yang halal dan sesuai prinsip syariah. Keuntungan dari hasil pengelolaan tersebut kemudian dibagi antara bank dan nasabah berdasarkan nisbah atau rasio bagi hasil yang telah disepakati di awal perjanjian.

Penggunaan akad mudharabah dalam tabungan haji memungkinkan nasabah mendapatkan imbal hasil dari dana yang ditabung, sambil tetap menjaga tujuan utama yakni mempersiapkan biaya perjalanan ibadah haji. Namun, apabila terjadi kerugian atas investasi yang dilakukan oleh pihak bank, maka kerugian tersebut akan sepenuhnya menjadi tanggung jawab nasabah, selama tidak terdapat kelalaian atau kecurangan dari pihak pengelola dana.

Menurut penelitian Sufyan et al., implementasi akad mudharabah pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia telah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, namun masih diperlukan edukasi lebih lanjut kepada nasabah mengenai hak dan kewajiban dalam akad tersebut agar lebih memahami risiko serta manfaat yang terkandung di dalamnya.¹⁹

4. Pengaruh minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk

Minat adalah kecenderungan psikologis dalam diri individu yang menimbulkan rasa suka, tertarik, dan keinginan untuk melakukan sesuatu. Dalam konteks konsumen, minat mencerminkan perhatian dan ketertarikan seseorang terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan. Minat konsumen merupakan

¹⁹ Fatkhuroji, Kurniawan D S. Pelaksanaan Akad Mudharabah Pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Sudirman Indramayu. *J Sharia Econ Financ.* 2023;2(1):62-68. <https://jsef.faiunwir.ac.id/index.php/jsef/article/download/17/19>

salah satu tahap penting dalam proses pengambilan keputusan, karena minat yang tinggi biasanya diikuti oleh niat dan tindakan nyata untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Minat menjadi jembatan antara sikap positif terhadap produk dan perilaku konsumsi aktual yang dilakukan oleh individu..²⁰ Hal ini menunjukkan bahwa sebelum calon nasabah sampai pada tahap keputusan, mereka terlebih dahulu membentuk persepsi positif terhadap produk yang menarik perhatian mereka. Dengan kata lain minat berperan sebagai penghubung antara sikap konsumen dan perilaku aktual. Selain itu calon nasabah biasanya membentuk kelompok yang berbeda-beda dalam menentukan pilihan produk, dan dalam proses itu mereka mempertimbangkan kualitas produk serta persepsi terhadap merek.²¹ Jika minat tidak muncul maka kemungkinan besar keputusan untuk menggunakan produk tidak akan terjadi, karena tidak ada dorongan internal yang cukup kuat untuk mendorong calon nasabah menuju Tindakan nyata.

Keputusan penggunaan produk tabungan adalah hasil dari proses pengambilan keputusan konsumen yang melibatkan tahapan-tahapan mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi pasca pembelian. Minat memegang peranan sebagai dorongan awal yang mengarahkan konsumen untuk melanjutkan ke tahap evaluasi dan keputusan.

²⁰ Kotler, Philip; Keller KL. *Marketing Management*. 15th ed. (Suchismita U, ed.). Pearson Education Limited 2016; 2014.194. https://eprints.upjb.ac.id/id/eprint/167/1/A_Framework_for_Marketing_Management_by_Philip_T_Kotler%2C_Kevin_Lane_Keller%28z-lib.org%29.pdf

²¹ Tijjang B, Nurfadhilah N, Putra P, Jayadi U, Ilham R. The Influence of Product Quality and Purchase Decisions on Helmet LTD's Brand Image. Published online 2022. doi:10.4108/eai.11-10-2021.2319581

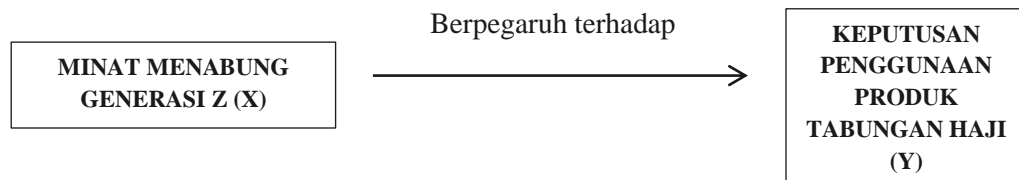
C. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama, yaitu minat menabung (x) dan Keputusan penggunaan produk tabungan haji (y). Minat menabung dapat diartikan sebagai suatu bentuk ketertarikan yang muncul dalam diri seseorang terhadap produk perbankan, yang mendorong keinginan untuk mencoba, menggunakan, serta memiliki produk tersebut, dalam hal ini adalah produk tabungan.²² Minat menabung diprediksi memiliki pengaruh terhadap Keputusan seseorang dalam menggunakan produk tabungan haji, khususnya dikalangan generasi z pada Bsi kantor cabang parepare.

Sedangkan Assael, mengemukakan bahwa Keputusan merupakan proses memilih diantara sejumlah alternatif yang tersedia, dengan mempertimbangkan kepentingan tertentu guna menentukan pilihan yang dirasa paling memberikan keuntungan.²³ Keputusan penggunaan produk taungan haji merujuk pada keputusan akhir yang diambil seseorang untuk menggunakan layanan tabungan haji, termasuk dalam hal ini adalah pertimbangan kemudahan, syariah, manfaat, dan kepercayaan terhadap Lembaga perbankan, khususnya pada Bsi.

²² Marlius D. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurnal*. 2016;3(1):12-22. <https://osf.io/preprints/inarxiv/vdqgx/download>

²³ Hadya Rizka, Sutardjo Agus MA. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua*. 2021;3(1):13-24.



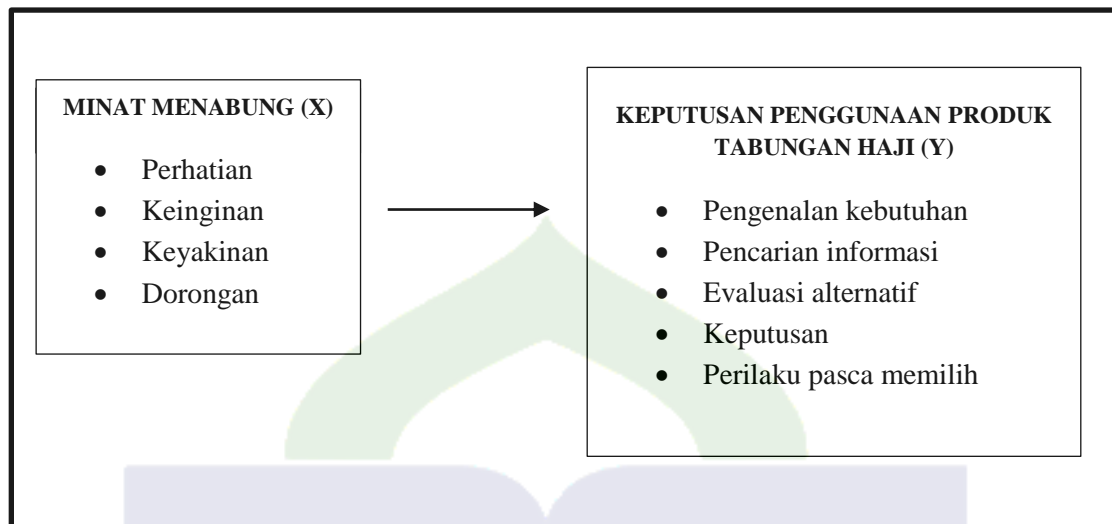
Tabel 2.1 Kerangka Konseptual

D. Kerangka Pikir

Adapun latar belakang pemikiran dari variabel minat menabung (X) dan keputusan penggunaan produk tabungan haji (Y):

1. Generasi z memiliki karakteristik unik dalam mengelola keuangan, terutama dalam hal minat menabung
2. Tabungan haji merupakan produk syariah jangka Panjang yang membutuhkan komitmen serta perencanaan sejak dini.
3. Penting untuk mengetahui apakah minat menabung berpengaruh terhadap generasi z dalam memilih produk tabungan haji, khususnya di Bsi kantor cabang parepare.

Adapun hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran berikut:



Tabel 2.2 Kerangka Pikir

Dari paradigma diatas, dapat diuraikan bahwa hubungan antara minat menabung (X) sebagai variabel independen, dengan keputusan penggunaan produk tabungan haji (Y), variabel dependen. Dan apakah variabel x berpengaruh terhadap variabel Y.

Kerangka pikir merupakan alur logis yang menjelaskan hubungan antara minat menabung dengan Keputusan penggunaan produk tabungan haji. Generasi z, sebagai generasi muda yang aktif secara digital dan mulai sadar pentingnya perencanaan masa depan, menjadi kelompok yang berpeluang untuk produk keuangan seperti tabungan haji. Minat menabung yang tumbuh dari faktor internal maupun eksternal seperti edukasi keuangan, pengaruh keluarga, dan kemudahan akses layanan digital perbankan, diyakini dapat mendorong generasi z untuk mengambil Keputusan dalam menggunakan produk tabungan haji. Dengan demikian, kerangka pikir penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi minat menabung, maka

semakin besar kemungkinan generasi z akan menggunakan produk tabungan haji yang di sediakan oleh Bsi Kantor Cabang Parepare.

F. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka teori maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H_0 (Hipotesis nol): Tidak terdapat pengaruh minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji.

H_1 (Hipotesis alternatif): terdapat pengaruh minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji.

Hipotesis ini akan diuji secara langsung melalui analisis statistic menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui apakah variabel bebas (minat menabung) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (keputusan memilih produk tabungan haji).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan dari penelitian yang dikaji, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Dalam metode penelitian kuantitatif, umumnya masalah yang diteliti memiliki cakupan yang lebih luas serta variasi yang lebih kompleks. Penelitian ini lebih sistematis, terencana, terstruktur, jelas dari awal hingga akhir penelitian dan tidak dipengaruhi oleh keadaan yang ada pada lapangan. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penyajian hasil. Penyajian hasil biasanya dalam bentuk gambar, table, grafik atau tampilan lain yang representative akan meningkatkan serapan pembaca serta mempermudah penyampaian informasi. Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang belandaskan pada filsafat positivis, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²⁴ Penelitian dengan pendekatan kuantitatif biasanya dilakukan dengan jumlah sampel yang ditentukan berdasarkan populasi yang ada. Perhitungan jumlah sampel

²⁴ Indriani I, Syarifuddin ADI. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Akuntansi Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Parepare. *Funds J Ilm Akuntansi, Keuangan, dan Bisnis*. 2024;2(2):140-154. doi:10.35905/funds.v2i2.8765

dilakukan menggunakan rumus tertentu. Pemilihan rumus yang akan digunakan, kemudian disesuaikan dengan jenis penelitian dan homogenitas populasi.²⁵

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Parepare. Dalam waktu kurang lebih 2 (dua) bulan lamanya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi z yang menjadi nasabah tabungan haji di bank Syariah Indonesia kantor cabang parepare. Generasi z yang dimaksud adalah individu yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 dan telah memiliki rekening tabungan haji di bsi kantor cabang parepare.

2. Sampel

Sampel diambil dari populasi diatas dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik sampling sesuai dengan tujuan peneliti dan beberapa kriteria di dalamnya.²⁶

Adapun kriteria yang digunakan meliputi:

- a. Merupakan nasabah aktif produk tabungan haji di bsi kc parepare.
- b. Termasuk dalam kategori usia generasi z (sekitar 19-28 tahun).

²⁵ Priadana Sidik SD. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Della, ed.). Pascal Books; 2021. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=9dZWEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=Sidik+Priadana,+Denok+Sunarsi,++Metode+Penelitian+Kuantitatif+&ots=1fdIKb4tNj&sig=gtSJHD5lr48HaUxDOgZpwUZ5FX8>

²⁶ Fatimah Rahmatillah S, Semaun S, Bahri AS, Muhammadun M. J-HES Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Farmasi Halal di Kota Parepare. *J Huk Ekon Syariah*. 2024;8(4):1-16. <https://core.ac.uk/download/pdf/616695124.pdf>

Jumlah sampel di tentukan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan (*error margin*) sebesar 10%,²⁷ berdasarkan jumlah populasi yang diperoleh dari data nasabah di Bsi kantor cabang parepare di bulan maret 2025, berjumlah kurang lebih 260 nasabah. Rumus slovin yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

keterangan :

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- e = tingkat kesalahan (dalam hal ini 10% atau 0,1)

$$n = \frac{260}{1+260(0,1)^2} = \frac{260}{1+260(0,01)} = \frac{260}{1+2,6} = \frac{260}{3,6} = 72,2$$

kemudian responden yang akan di teliti kurang lebih sebanyak 72 orang dari total 260 nasabah generasi z yang berumur 19-28 tahun pengguna produk tabungan haji di bsi kc parepare.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert banyak digunakan untuk mengukur opini, persepsi, dan sikap individu, di mana responden menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan yang telah disusun dalam format pilihan tertutup. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengubah sikap atau tanggapan subjektif menjadi data kuantitatif yang dapat dianalisis secara

²⁷ Antoro B. Analisis Penerapan Formula Slovin dalam Penelitian Ilmiah: Kelebihan, Kelemahan, dan Kesalahan dalam Perspektif Statistik. *J Multidisiplin Sos dan Hum.* 2024;1(2):53-63. <https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jmsh/article/view/38>

statistik.²⁸ kemudian disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel.

Skala likert terdiri dari 5 pilihan jawaban, yaitu:

Tabel Instrumen Skala Likert

| Pernyataan | Skor |
|--------------------------|------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Ragu-Ragu | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Tidak Setuju Sama Sekali | 1 |

Tabel 3.1 Skala Likert
Minat Menabung (X)

| No | Indikator | Pertanyaan |
|----|-----------|---|
| 1 | Perhatian | Saya tertarik pada informasi produk tabungan haji di BSI |
| 2 | Perhatian | Saya selalu mengikuti promosi dan fitur baru tabungan haji di BSI |
| 3 | Keinginan | Saya memiliki keinginan kuat untuk memiliki tabungan haji di BSI |
| 4 | Keinginan | Saya merasa senang memikirkan masa depan melalui tabungan haji di BSI |
| 5 | Keyakinan | Saya yakin menabung haji di BSI adalah pilihan yang tepat |

²⁸Maharani R.H, Wijayanti D KI. International Journal of Educational Methodology Number of Response Options , Reliability , Validity , and Potential Bias in the Use of the Likert Scale Education and Social Science Research : A Literature Review. *Int J Educ Methodol*. 2022;8(4):625-637. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1369114.pdf>.

| | | |
|---|-----------|--|
| 6 | Keyakinan | Saya percaya tabungan haji di BSI sesuai prinsip syariah |
| 7 | Dorongan | Saya termotivasi untuk menabung karena ingin segera mendaftar haji |
| 8 | Dorongan | Keluarga atau lingkungan saya mendorong saya untuk menabung haji |

Tabel 3.2 Tabel Instrumen

Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Haji (Y)

| No | Indikator | Pertanyaan |
|----|-----------------------------|--|
| 1 | Pengenalan Kebutuhan | Saya merasa perlu memiliki tabungan haji sejak usia muda |
| 2 | Pencarian informasi | Saya mencari informasi sebelum memutuskan menabung haji di BSI |
| 3 | Evaluasi alternatif | Saya membandingkan produk tabungan haji dari bank lain sebelum memilih BSI |
| 4 | Keputusan | Saya memutuskan untuk menabung haji karena fitur-fitur yang dimiliki BSI |
| 5 | Keputusan | Saya memilih tabungan haji BSI karena pelayanan dan kemudahan digital |
| 6 | Perilaku setelah penggunaan | Saya merasa puas setelah menggunakan tabungan haji di BSI |
| 7 | Perilaku setelah penggunaan | Saya ingin merekomendasikan produk ini kepada teman atau keluarga |

Tabel 3.3 Tabel Instrumen

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam proses penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. yang perlu diperhatikan adalah teknik pengumpulan data mana yang tepat, sehingga benar-benar didapat data yang valid dan reliable.²⁹

a. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan langsung yang melibatkan indra seperti penglihatan, penciuman, pendengaran, dan peradaban. Jika diperlukan, observasi juga dapat dilakukan melalui percakapan.³⁰ Observasi dilakukan dengan mengamati langsung tempat penelitian dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang perilaku dan situasi yang lebih detail.

b. Metode Kuesioner atau Angket

Survei dapat dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung, melalui pos atau secara online di internet atau sosial media. Kuesioner atau bisa di sebut angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.³¹ Dalam

²⁹ Priadana Sidik SD. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Della, ed.). Pascal Books; 2021. 188. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=9dZWEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=Sidik+Priadana,+Denok+Sunarsi,++Metode+Penelitian+Kuantitatif+&ots=1fdIKb4tNj&sig=gtSJHD5lr48HaUxDOgZpwUZ5FX8>.

³⁰ Juansah E D, Savira, Tia N W STM. Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif dan Kualitatif pada Metode Penelitian. *J Ilm Pendidik Dasar*.

2023;2(6):784-808. <http://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/download/12005/5080>.

³¹ Priadana Sidik SD. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Della, ed.). Pascal Books; 2021.192. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=9dZWEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=Sidik+Priadana,+Denok+Sunarsi,++Metode+Penelitian+Kuantitatif+&ots=1fdIKb4tNj&sig=gtSJHD5lr48HaUxDOgZpwUZ5FX8>.

penelitian ini kuesioner bisa disebarkan dibagikan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari indikator instrument dengan cara menggunakan media online (*Google Form*) kuesioner ini menggunakan skala untuk mengukur sikap atau pendapat responden terhadap suatu pertanyaan.

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert dimana skala likert digunakan untuk menilai sikap individu serta kolaborasi dalam suatu kelompok. Alat ini memungkinkan pengukuran yang sistematis terhadap perilaku dan interaksi sosial. Pengukuran dilakukan melalui serangkaian pertanyaan yang memberikan lima pilihan jawaban untuk setiap item. Dalam konteks kerja sama, skala ini mengevaluasi variabel seperti ideology, perspektif, pelatihan pribadi, dan pelatihan seseorang.³² Responden diminta untuk memberikan penilaian pada skala tertentu, misalnya dari penilaian 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 berarti (sangat setuju). Kuesioner biasanya terdiri dari pertanyaan tertutup yang memungkinkan responden untuk memilih dari beberapa opsi jawaban.

2. Pengolahan data

a. Tabulasi Data

Tabulasi data adalah proses memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka.³³ Tabulasi data adalah cara untuk menyusun informasi dalam format table yang memudahkan analisis dan interpretasi. Table

³² Budiaji W. Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *J Ilmu Pertan dan Perikan Desember*. 2019;2(2):125-131. <http://umbidharma.org/jipp>

³³ Sofwatillah, Risnita, Jailani MS, dan Saksitha DA, *Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah*, Jurnal Genta Mulia 15, no. 2 (2024): 79–91, <https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/download/1147/722>.

frekuensi, sebagai salah satu table tabulasi, menunjukkan jumlah kemunculan setiap kategori dalam data, sehingga membantu peneliti melihat pola dan distribusi dengan jelas.

b. Interpretasi

Interpretasi data kuantitatif mencakup beberapa tahapan, antara lain: persiapan dan manajemen data untuk analisis, pelaksanaan analisis statistik melalui perangkat lunak; penyajian hasil dalam bentuk tabel, grafik, dan deskripsi dari setiap uji statistik; serta interpretasi hasil lewat penarikan kesimpulan, perbandingan dengan literatur sebelumnya, dan penentuan implikasi praktis..³⁴

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data kuantitatif dengan pendekatan analisis bivariat, yaitu untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat.³⁵ Instrumen penelitian ini menggunakan skala Likert 1–5, yang meskipun secara numerik dapat diolah, secara konseptual merupakan data ordinal. Oleh karena itu, pendekatan non-parametrik seperti regresi LOWESS dan uji Spearman/Kendall lebih tepat digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji validitas

Uji validitas merupakan indikator yang menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat dipercaya dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah

³⁴ Kotronoulas G, Miguel S, Dowling M, et al. Seminars in Oncology Nursing An Overview of the Fundamentals of Data Management , Analysis , and Interpretation in Quantitative Research c. *Semin Oncol Nurs*. 2023;39:1-9. doi:10.1016/j.soncn.2023.151398

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017),206

instrument dikatakan valid jika benar-benar dapat mencerminkan variabel yang ingin diteliti.³⁶ Uji validitas digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan bahwa setiap item atau pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud, baik itu minat menabung (X) maupun Keputusan penggunaan produk tabungan haji (Y).

Uji validitas di tentukan apabila:

- $R \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka dapat dikatakan valid
- $R \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid
- $\text{sig.} < 0.05$ maka korelasi signifikan secara statistic (valid)
- $\text{sig.} > 0.05$ maka korelasi tidak signifikan (tidak valid)
- nilai r tabel ditentukan berdasarkan jumlah responden (N) dan taraf signifikansi (biasanya 5%).

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau konsisten dalam mengukur suatu gejala tertentu.³⁷

Uji reliabilitas digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur sejauh mana instrument angket (kuesioner) yang digunakan memberikan hasil yang konsisten dan stabil saat digunakan dalam kondisi yang sama.

| Nilai Cronbach's Alpha | Interpretasi |
|------------------------|-----------------|
| > 0.90 | sangat reliabel |
| 0.80-0.89 | reliabel |

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 173.

³⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 221.

| | |
|-----------|-----------------|
| 0.70-0.79 | cukup reliabel |
| 0.60-0.69 | kurang reliabel |
| < 0.60 | tidak reliabel |

3. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendiskripsikan atau memberi Gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat Kesimpulan yang berlaku untuk umum.³⁸

Untuk melihat Gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (mean), tertinggi (*max*) terendah (*min*), dan standar deviasi di masing-masing variabel yaitu minat menabung (X) dan keputusan penggunaan produk tabungan haji (Y).

4. Uji Korelasi Spearman

Dalam penelitian ini digunakan uji korelasi spearman untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, yaitu minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji. Uji korelasi spearman merupakan salah satu Teknik analisis nonparametrik, yang digunakan Ketika data yang dianalisis bersifat ordinal atau tidak memenuhi asumsi distribusi normal.

Uji korelasi spearman ini digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan Gambaran kuantitatif mengenai kekuatan dan arah hubungan antar variabel, yang selanjutnya dapat memperkuat interpretasi dari hasil visualisasi regresi nonparametrik seperti *LOWESS*.

Uji korelasi spearman bekerja dengan cara mengubah nilai data menjadi peringkat (rangking), kemudian menghitung koefisien korelasi berdasarkan

³⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2023), 29.

perbedaan peringkat antar dua variabel. Nilai koefisien korelasi spearman (ρ atau r_s) berada pada rentang -1 hingga +1. Nilai mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan negative yang kuat, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan.³⁹

5. Uji Korelasi Kendall's Tau

Selain uji spearman, penelitian ini juga menggunakan uji korelasi kendall's tau sebagai Teknik analisis nonparametrik untuk mengukur kekuatan arah hubungan antara variabel minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji. Kendall's tau digunakan karena cocok untuk data ordinal dan ukuran sampel kecil hingga sedang.⁴⁰ Berbeda dengan spearman yang menghitung korelasi berdasarkan pasangan peringkat yang konkordan dan diskordan. Artinya, menghitung seberapa sering dua variabel bergerak dalam arah yang sama (korkordan) atau berlawanan arah (diskordan).⁴¹ Nilai koefisien kendall's tau (τ) juga berada pada rentang -1 hingga +1:

- a. τ mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat
- b. τ mendekati -1 menunjukkan hubungan negative yang kuat
- c. τ mendekati 0 menunjukkan tidak ada hubungan.

³⁹ Laerd Statistics. Spearman's Rank-Order Correlation. (2018)
<https://statistics.laerd.com/statistical-guides/spearmans-rank-order-correlation-statistical-guide.php>

⁴⁰ Gibbons, J. D., & Chakraborti, S.. *Nonparametric Statistical Inference* (5th ed.). (2011) CRC Press.
[http://links.jstor.org/sici?sici=01621459\(198809\)83:403%3C596:LWRAAT%3E2.0.CO;2-Y](http://links.jstor.org/sici?sici=01621459(198809)83:403%3C596:LWRAAT%3E2.0.CO;2-Y)

⁴¹ Laerd Statistics. Kendall's Tau Correlation using SPSS Statistics. (2018)
<https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/kendalls-tau-b-using-spss-statistics.php>

Kelebihan kendall's tau adalah ketahanannya terhadap outlier dan distribusi data yang tidak normal, sehingga dapat sesuai untuk data sosial yang diperoleh dari kuesioner dengan skala ordinal. Dalam konteks penelitian ini, kendall's tau digunakan untuk memperkuat hasil uji spearman dan sebagai verifikasi terhadap konsistensi hasil arah hubungan antar variabel.⁴²

6. Uji Regresi Model *LOWESS*

Dalam penelitian ini, digunakan Teknik analisis data regresi *LOWESS* (*locally weighted scatterplot smoothing*) sebagai metode untuk melihat pola hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, yaitu minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji. *LOWESS* merupakan salah satu metode regresi nonparametrik yang tidak memerlukan asumsi distribusi normal atau hubungan linier antar variabel.

Kelebihan dari metode ini terletak pada kemampuannya untuk menangkap hubungan non linier, serta mengurangi pengaruh pencilan (outliers) terhadap bentuk kurva. *LOWESS* hanya menghasilkan kurva regresi tanpa persamaan eksplisit, tetapi tetap mampu menggambarkan pola arah hubungan antar variabel dengan baik.⁴³ Oleh karena itu, metode ini digunakan sebagai alternatif dari regresi linier dalam penelitian ini, karena data hasil kuesioner menggunakan skala ordinal (likert) dan tidak berdistribusi normal.

Arti dari kurva *LOWESS* :

⁴² Field A. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. 4th ed. Sage Publications Ltd; 2017. <https://archive.org/details/DSUSSPSSStatistics5e>

⁴³ Nist/Sematech. *Engineering Statistics Handbook – Nonparametric Regression*. (2013). <https://www.itl.nist.gov/div898/handbook/pmd/section1/pmd144.htm>

1. Increasing (meningkat)

Jika garis merah (kurva LOWESS) naik dari kiri ke kanan. Maka semakin besar nilai variabel x , maka nilai variabel Y juga meningkat. Artinya terdapat hubungan positif dan cenderung linier atau melengkung naik.

2. Decreasing (menurun)

Jika garis merah turun dari kiri kekanan, maka Ketika nilai x naik, nilai Y justru menurun. Artinya hubungannya negatif.

3. Convex (cembung)

Garis merah atau kurva membentuk seperti bukit, naik dulu kemudian turun. Artinya hubungan tidak konstan, bisa dikatakan bahwa hubungan non-linier (tetap ada hubungan, tapi tidak selalu searah).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil penelitian

1. Deskripsi Data

Deskripsi data dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan Gambaran awal mengenai responden dan variabel-variabel yang diteliti. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada nasabah tabungan haji di BSI Kantor Cabang Parepare yang menjadi populasi dalam penelitian ini.

Jumlah responden yang telah mengisi dan mengembalikan kuesioner sebanyak 72 orang. Data yang dikumpulkan mencakup karakteristik responden yaitu jenis kelamin dan usia. Skor jawaban terhadap pernyataan variabel minat menabung (X) dan variabel Keputusan penggunaan produk tabungan haji (Y).

Deskripsi ini berguna untuk memahami siapa responden dalam penelitian serta memberikan konteks terhadap hasil analisis statistic yang dilakukan pada tahap selanjutnya.

Karakteristik responden

Karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| jenis_kelamin | | | | | |
|---------------|-----------|---------------|---------|------------------|-----------------------|
| | | Frequenc y | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | laki-laki | 21 | 29.2 | 29.2 | 29.2 |
| | perempuan | 51 | 70.8 | 70.8 | 100.0 |
| | Total | 72 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil tabulasi data, responden dalam penelitian ini terdiri dari 21 orang (29,2%) yang berjenis kelamin laki-laki dan 51 orang (70,8%) yang berjenis kelamin Perempuan dari total 72 responden .

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Perempuan, yang mencerminkan bahwa partisipasi nasabah perempuan dalam pengisian kuesioner lebih tinggi dibandingkan nasabah laki-laki.

Tingginya partisipasi responden perempuan ini dapat menunjukkan bahwa perempuan, khususnya dalam kalangan Generasi Z, memiliki ketertarikan yang lebih besar terhadap kegiatan menabung dan penggunaan produk tabungan haji. Hal ini juga bisa menjadi indikasi bahwa perempuan lebih aktif dalam pengambilan keputusan keuangan pribadi, termasuk dalam merencanakan ibadah haji sejak dini.

b. Karakteristik berdasarkan usia

Table 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia

| Usia | | | | | |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 19-22 | 43 | 59.7 | 59.7 | 59.7 |
| | 23-25 | 11 | 15.3 | 15.3 | 75.0 |
| | 26-28 | 18 | 25.0 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 72 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dari 72 responden yang berpartisipasi, mayoritas berada pada rentang usia 19–22 tahun sebanyak 43 orang (59,7%). Responden dengan usia 26–28 tahun berjumlah 18 orang (25%), sedangkan sisanya 11 orang (15,3%) berada pada rentang usia 23–25 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan nasabah muda dari kalangan generasi Z pada BSI Kc Parepare, yang relevan dengan fokus penelitian mengenai minat menabung dan penggunaan produk tabungan haji.

Tabel 4.3 distribusi jawaban responden untuk variabel X (minat menabung)

| No | Pernyataan | STS | TS | N | S | SS | Total Skor |
|----|---|-----|----|----|----|----|------------|
| 1. | Saya tertarik pada informasi produk tabungan haji di BSI KC Parepare | 15 | 3 | 14 | 30 | 10 | 233 |
| 2. | Saya selalu mengikuti promosi dan fitur baru tabungan haji di BSI KC Parepare | 8 | 14 | 16 | 29 | 5 | 253 |
| 3. | Saya memiliki keinginan kuat untuk memiliki tabungan haji di BSI KC Parepare | 8 | 6 | 16 | 24 | 18 | 254 |
| 4. | Saya merasa senang memikirkan masa depan melalui tabungan haji di BSI KC Parepare | 7 | 10 | 17 | 25 | 13 | 243 |
| 5. | Saya yakin menabung haji di BSI KC Parepare adalah pilihan yang | 9 | 3 | 14 | 29 | 15 | 248 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|----|----|----|-----|
| | tepat | | | | | | |
| 6. | Saya percaya tabungan haji i BSI KC Parepare sesuai prinsip syariah | 8 | 9 | 13 | 26 | 16 | 252 |
| 7. | Saya termotivasi untuk menabung karena ingin segera mendaftar haji | 9 | 6 | 13 | 29 | 15 | 251 |
| 8. | Keluarga atau lingkungan saya mendorong saya untuk menabung haji di BSI KC Parepare | 9 | 8 | 16 | 27 | 12 | 241 |

Berdasarkan tabel 4.3 , dapat dilihat bahwa Sebagian besar responden menunjukkan Tingkat minat menabung (X) yang tinggi terhadap produk Tabungan haji (Y) di Bsi kc parepare. Hal ini terlihat dari rata-rata total skor yang diperoleh oleh masing-masing pernyataan berkisar antara 255 hingga 282.

- 1) Pada pernyataan pertama memperoleh total skor sebanyak 233, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki ketertarikan terhadap informasi produk tabungan haji. Sebanyak 10 orang memilih sangat setuju, 30 orang memilih setuju, 14 orang memilih netral, 3 orang memilih tidak setuju, dan 15 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa informasi produk yang disediakan oleh BSI KC Parepare cukup menarik perhatian responden.
- 2) Pada pernyataan kedua memperoleh total skor sebanyak 253, yang menunjukkan bahwa responden cenderung aktif mengikuti promosi dan fitur baru tabungan haji. Sebanyak 5 orang memilih sangat setuju, 29 orang setuju, 16 orang netral, 14 orang tidak setuju, dan 8 orang sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memperhatikan informasi promosi.
- 3) Pada pernyataan ketiga memperoleh total skor sebanyak 254, yang menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan kuat untuk memiliki tabungan haji di BSI KC Parepare. Sebanyak 18 orang memilih sangat setuju, 24 orang setuju, 16 orang netral, 6 orang tidak setuju, dan 8 orang sangat tidak setuju. Hal ini mencerminkan bahwa kesiapan spiritual dan

kesadaran finansial terhadap ibadah haji cukup tinggi di kalangan responden.

- 4) Pada pernyataan keempat memperoleh total skor sebanyak 243, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa senang memikirkan masa depan melalui tabungan haji. Sebanyak 13 orang memilih sangat setuju, 25 orang setuju, 17 orang netral, 10 orang tidak setuju, dan 7 orang sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa tabungan haji sudah mulai diasosiasikan sebagai bentuk investasi masa depan.
- 5) Pada pernyataan kelima memperoleh total skor sebanyak 248, yang menunjukkan bahwa tingkat keyakinan terhadap menabung haji di BSI sebagai pilihan yang tepat tergolong tinggi. Sebanyak 15 orang memilih sangat setuju, 29 orang setuju, 14 orang netral, 3 orang tidak setuju, dan 9 orang sangat tidak setuju. Hal ini mencerminkan adanya kepercayaan yang cukup besar terhadap reputasi dan layanan BSI, terutama dalam pengelolaan tabungan haji.
- 6) Pada pernyataan keenam memperoleh total skor sebanyak 252, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden percaya bahwa produk tabungan haji BSI sesuai prinsip syariah. Sebanyak 16 orang memilih sangat setuju, 26 orang setuju, 13 orang netral, 9 orang tidak setuju, dan 8 orang sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa komitmen BSI terhadap prinsip syariah dianggap penting dan cukup meyakinkan bagi responden.
- 7) Pada pernyataan ketujuh memperoleh total skor sebanyak 251, yang menunjukkan bahwa motivasi untuk menabung demi segera mendaftar haji sangat tinggi di kalangan responden. Sebanyak 15 orang memilih sangat setuju, 29 orang setuju, 13 orang netral, 6 orang tidak setuju, dan 9 orang sangat tidak setuju. Ini mengindikasikan bahwa dorongan spiritual dan kebutuhan administratif (antrian haji) menjadi alasan kuat dalam memotivasi responden untuk menabung sejak dini.

- 8) Pada pernyataan kedelapan memperoleh total skor sebanyak 241, yang menunjukkan bahwa pengaruh dari keluarga atau lingkungan sekitar juga menjadi faktor pendorong dalam keputusan menabung haji. Sebanyak 12 orang memilih sangat setuju, 27 orang setuju, 16 orang netral, 8 orang tidak setuju, dan 9 orang sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa dukungan sosial tetap berperan, meskipun tidak sekuat motivasi internal pada pernyataan-pernyataan sebelumnya.

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variable Y (Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Haji)

| No | Pernyataan | STS | TS | N | S | SS | Total Skor |
|----|--|-----|----|----|----|----|------------|
| 1. | Saya merasa perlu memiliki tabungan haji sejak usia muda | 8 | 9 | 9 | 26 | 20 | 254 |
| 2. | Saya mencari informasi sebelum memutuskan menabung haji di BSI KC Parepare | 7 | 11 | 14 | 26 | 14 | 245 |
| 3. | Saya membandingkan produk tabungan haji dari bank lain sebelum memilih BSI KC Parepare | 9 | 11 | 17 | 25 | 10 | 232 |
| 4. | Saya memutuskan untuk menabung haji karena fitur-fitur yang dimiliki BSI KC Parepare | 8 | 5 | 12 | 38 | 9 | 226 |
| 5. | Saya memilih tabungan haji di BSI KC Parepare karena pelayanan dan kemudahan digital | 9 | 6 | 10 | 32 | 15 | 254 |
| 6. | Saya merasa puas setelah menggunakan produk tabungan haji di BSI KC Parepare | 10 | 3 | 11 | 29 | 19 | 260 |
| 7. | Saya ingin merekomendasikan produk ini kepada teman atau keluarga | 10 | 5 | 16 | 26 | 15 | 247 |

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

- 1) Pada pernyataan 1 memperoleh skor sebesar 254, dimana sebanyak 20 orang memilih sangat setuju, 26 orang memilih setuju, 9 orang memilih netral, 9 orang memilih tidak setuju, dan 8 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyadari pentingnya memiliki tabungan haji sejak usia muda. Kesadaran ini

menjadi dasar kuat dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan produk tabungan haji.

- 2) Pada pernyataan 3 memperoleh skor sebesar 264, yang Dimana sebanyak 22 orang memilih sangat setuju, 26 orang memilih setuju, 8 orang memilih netral, 10 orang memilih tidak setuju, dan 6 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa cukup banyak responden melakukan perbandingan terlebih dahulu antara produk BSI dan produk bank lain.
- 3) Pada pernyataan 2 memperoleh skor sebesar 245, dimana sebanyak 14 orang memilih sangat setuju, 26 orang memilih setuju, 11 orang memilih netral, 11 orang memilih tidak setuju, dan 7 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya mencari informasi terlebih dahulu sebelum memutuskan menabung haji di BSI KC Parepare, menunjukkan tingkat kehati-hatian dan ketelitian dalam pengambilan keputusan.
- 4) Pada pernyataan 3 memperoleh skor sebesar 232, dimana sebanyak 10 orang memilih sangat setuju, 25 orang memilih setuju, 17 orang memilih netral, 11 orang memilih tidak setuju, dan 9 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden membandingkan produk tabungan haji dari bank lain sebelum memilih BSI KC Parepare, menandakan adanya pertimbangan dan evaluasi yang matang dalam memilih produk.
- 5) Pada pernyataan 4 memperoleh skor sebesar 226, dimana sebanyak 9 orang memilih sangat setuju, 38 orang memilih setuju, 12 orang memilih netral, 5 orang memilih tidak setuju, dan 8 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang dimiliki oleh BSI KC Parepare menjadi alasan utama dalam pengambilan keputusan menabung haji, yang memperlihatkan nilai tambah produk bagi para nasabah.

- 6) Pada pernyataan 5 memperoleh skor sebesar 254, dimana sebanyak 15 orang memilih sangat setuju, 32 orang memilih setuju, 10 orang memilih netral, 6 orang memilih tidak setuju, dan 9 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan dan kemudahan digital yang diberikan oleh BSI KC Parepare menjadi faktor utama dalam pemilihan tabungan haji, menandakan pentingnya layanan prima dan inovasi digital bagi nasabah.
- 7) Pada pernyataan 6 memperoleh skor sebesar 260, dimana sebanyak 19 orang memilih sangat setuju, 29 orang memilih setuju, 11 orang memilih netral, 3 orang memilih tidak setuju, dan 10 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari para nasabah setelah menggunakan produk tabungan haji di BSI KC Parepare, menandakan kualitas produk yang sesuai dengan harapan.
- 8) Pada pernyataan 7 memperoleh skor sebesar 247, dimana sebanyak 15 orang memilih sangat setuju, 26 orang memilih setuju, 16 orang memilih netral, 5 orang memilih tidak setuju, dan 10 orang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden bersedia merekomendasikan produk tabungan haji ini kepada teman atau keluarga, menunjukkan kepercayaan dan kepuasan terhadap produk tersebut.

B. Uji Instrumen Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan terdiri dari pernyataan-pernyataan pada variabel X (minat menabung) dan variabel Y (keputusan penggunaan produk tabungan haji). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi

Pearson Product Moment, yang hasilnya dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Perbandingan R tabel dengan R hitung

| No | Indikator | Item | R hitung | R tabel | Keterangan |
|----|---|------|----------|---------|------------|
| 1. | Minat Menabung (X) | P1 | 0,881 | 0,2319 | Valid |
| | | P2 | 0,904 | 0,2319 | Valid |
| | | P3 | 0,906 | 0,2319 | Valid |
| | | P4 | 0,893 | 0,2319 | Valid |
| | | P5 | 0,872 | 0,2319 | Valid |
| | | P6 | 0,840 | 0,2319 | Valid |
| | | P7 | 0,895 | 0,2319 | Valid |
| | | P8 | 0,844 | 0,2319 | Valid |
| 2. | Keputusan Penggunaan produk tabungan haji (Y) | P9 | 0,897 | 0,2319 | Valid |
| | | P10 | 0,875 | 0,2319 | Valid |
| | | P11 | 0,826 | 0,2319 | Valid |
| | | P12 | 0,933 | 0,2319 | Valid |
| | | P13 | 0,898 | 0,2319 | Valid |
| | | P14 | 0,877 | 0,2319 | Valid |
| | | P15 | 0,917 | 0,2319 | Valid |

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Pada tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel X memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Hal ini dapat dilihat pada kolom *Person Correlation Total_X* atau bisa disebut R hitung berarti seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Nilai korelasi yang tinggi antara setiap item dengan skor total menunjukkan bahwa item-item tersebut konsisten dan relevan dalam mengukur minat menabung responden.

Demikian pula, pada variabel Y, seluruh item pernyataan menunjukkan hasil yang valid berdasarkan kriteria perbandingan antara r hitung dan r tabel. Validitas yang baik pada variabel ini memperkuat keandalan instrumen dalam

mengukur keputusan penggunaan produk tabungan haji. Dengan demikian, tidak ada item yang dieliminasi dalam tahap ini karena seluruhnya memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

Dalam pengujian validitas, perbandingan nilai r hitung dan r tabel ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (degree of freedom/df). Derajat kebebasan dihitung dengan rumus $df = n - 2$, di mana n adalah jumlah responden. Karena jumlah responden dalam penelitian ini adalah 72, maka $df = 72 - 2 = 70$.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung (X)

| | | Correlations | | | | | | | | |
|---------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | TOTAL_X |
| P1 | Pearson Correlation | 1 | .817** | .833** | .710** | .711** | .648** | .732** | .730** | .881** |
| | Sig. (2-tailed) | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P2 | Pearson Correlation | .817** | 1 | .805** | .802** | .697** | .699** | .789** | .765** | .904** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P3 | Pearson Correlation | .833** | .805** | 1 | .830** | .735** | .649** | .742** | .774** | .906** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P4 | Pearson Correlation | .710** | .802** | .830** | 1 | .780** | .759** | .749** | .666** | .893** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P5 | Pearson Correlation | .711** | .697** | .735** | .780** | 1 | .733** | .828** | .643** | .872** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P6 | Pearson Correlation | .648** | .699** | .649** | .759** | .733** | 1 | .757** | .659** | .840** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P7 | Pearson Correlation | .732** | .789** | .742** | .749** | .828** | .757** | 1 | .703** | .895** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P8 | Pearson Correlation | .730** | .765** | .774** | .666** | .643** | .659** | .703** | 1 | .844** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| TOTAL_X | Pearson Correlation | .881** | .904** | .906** | .893** | .872** | .840** | .895** | .844** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Dari hasil uji validitas di atas menunjukkan bahwa Pada P1, nilai korelasi sebesar 0.881 terhadap total skor (TOTAL_X) dengan signifikansi $p < 0.001$ menunjukkan bahwa pernyataan ini memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan dengan keseluruhan konstruk, sehingga dinyatakan valid. Pada P2, nilai korelasi sebesar 0.904 juga menunjukkan hubungan yang sangat kuat dengan total skor dan signifikan, sehingga P2 dinyatakan valid. Pada P3, nilai korelasi tertinggi yaitu 0.906 memperkuat bahwa pernyataan ini merupakan salah satu yang paling kuat kontribusinya terhadap konstruk secara keseluruhan. Pada P4, korelasi sebesar 0.893 dengan signifikansi $p < 0.001$ juga menunjukkan bahwa pernyataan ini memiliki validitas yang sangat baik. Pada P5, korelasi sebesar 0.872 menunjukkan hubungan yang kuat dan signifikan terhadap total skor, sehingga dapat dinyatakan valid. Pada P6, nilai korelasi 0.840 juga signifikan dan cukup tinggi, menunjukkan bahwa pernyataan ini valid. Pada P7, nilai korelasi 0.895 menunjukkan kontribusi yang sangat baik terhadap konstruk, sehingga valid. Pada P8, nilai korelasi 0.844 juga berada dalam kategori sangat valid.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Produk (Y)

| | | Correlations | | | | | | | |
|---------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | TOTAL_Y |
| P9 | Pearson Correlation | 1 | .790** | .663** | .822** | .746** | .728** | .827** | .897** |
| | Sig. (2-tailed) | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P10 | Pearson Correlation | .790** | 1 | .732** | .751** | .705** | .654** | .816** | .875** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P11 | Pearson Correlation | .663** | .732** | 1 | .752** | .656** | .651** | .693** | .826** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P12 | Pearson Correlation | .822** | .751** | .752** | 1 | .839** | .814** | .841** | .933** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P13 | Pearson Correlation | .746** | .705** | .656** | .839** | 1 | .858** | .783** | .898** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P14 | Pearson Correlation | .728** | .654** | .651** | .814** | .858** | 1 | .746** | .877** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| P15 | Pearson Correlation | .827** | .816** | .693** | .841** | .783** | .746** | 1 | .917** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | | <.001 |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |
| TOTAL_Y | Pearson Correlation | .897** | .875** | .826** | .933** | .898** | .877** | .917** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | |
| | N | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 | 72 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Pada P9, nilai korelasi sebesar 0.897 dengan signifikansi $p < 0.001$ menunjukkan hubungan yang sangat kuat terhadap skor total (TOTAL_Y), sehingga pernyataan ini valid. Pada P10, nilai korelasi sebesar 0.875 juga menunjukkan validitas yang sangat tinggi. Pada P11, nilai korelasi 0.826, meskipun sedikit lebih rendah dari yang lain, tetap berada di atas ambang batas dan signifikan, sehingga pernyataan ini tetap valid. Pada P12, korelasi sebesar 0.933 merupakan yang tertinggi di antara semua pernyataan, menunjukkan kontribusi yang sangat kuat terhadap konstruk. Pada P13, nilai korelasi sebesar 0.898 juga menunjukkan validitas yang sangat kuat. Pada P14, korelasi sebesar 0.877 menunjukkan bahwa pernyataan ini valid dan mendukung konstruk yang

diukur. Pada P15, korelasi sebesar 0.917 menandakan kontribusi yang sangat kuat, sehingga dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .958 | 8 |

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Berdasarkan output uji reliabilitas di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,958 untuk 8 item pernyataan. Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan sangat andal (reliable). Secara umum, suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*-nya $> 0,60$. Dalam kategori interpretasi reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* variable X $0,958 > 0,60$ termasuk dalam kategori “sangat tinggi”, yang berarti item-item dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang sangat baik dalam mengukur variabel yang dimaksud. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen variabel X (dengan 8 butir pertanyaan) memiliki tingkat keandalan yang sangat baik dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data secara konsisten.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .955 | 7 |

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada gambar di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,955 untuk 7 item pernyataan. Artinya > nd0,60 Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Menurut pedoman interpretasi Cronbach's Alpha, nilai di atas 0,90 termasuk dalam kategori "sangat reliabel". Ini berarti bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner konsisten dalam mengukur variabel yang dimaksud.

3. Uji Analisis Deskriptif

Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Deskriptif

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X | 72 | 8.00 | 40.00 | 27.0556 | 8.81402 |
| Y | 72 | 7.00 | 35.00 | 24.2639 | 7.81114 |
| Valid N (listwise) | 72 | | | | |

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Variabel X memiliki jumlah responden sebanyak 72 orang, dengan skor minimum sebesar 8.00 dan maksimum 40.00. Rata-rata (mean) dari variabel X adalah 27.0556, dengan standar deviasi sebesar 8.81402. Ini menunjukkan bahwa data X memiliki sebaran nilai yang cukup luas dari nilai tengahnya, namun masih dalam kategori sedang.

Sementara itu, variabel Y juga diukur pada 72 responden, dengan nilai minimum 7.00 dan maksimum 35.00. Rata-rata (mean) variabel Y adalah 24.2639, dan standar deviasinya 7.81114, yang juga menunjukkan variasi sedang dari nilai rata-rata. Secara umum, baik variabel X maupun Y memiliki distribusi data yang

cukup bervariasi, namun tidak terlalu menyebar jauh dari nilai rata-rata masing-masing.

C. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berasal dari angket dengan skala likert, yang menghasilkan data ordinal. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, peneliti terlebih dahulu melakukan uji normalitas terhadap data pada variable minat menabung (X) dan Keputusan menggunakan produk Tabungan haji (Y). Hasil uji *kolmogrov-smirnov* dan *Shapiro-wilk* menunjukkan data bahwa tidak berdistribusi normal, karena nilai signifikansinya $<0,01$ yang artinya $<0,05$ maka tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil tersebut, peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan non-parametrik, sebagai alternatif, peneliti memilih untuk menggunakan metode regresi *LOWESS* (*Locally Weighted Scatterplot Smoothing*). *Lowess* merupakan metode non-parametrik yang bekerja dengan cara melakukan regresi local pada bagian-bagian kecil data dan menyatukannya dalam bentuk kurva halus.⁴⁴ *Lowess* tidak memerlukan asumsi distribusi data tertentu, sehingga cocok untuk data yang tidak normal dan hubungan antar variable yang mungkin tidak linier.⁴⁵

1. Uji Korelasi Spearman

Dalam penelitian ini digunakan uji korelasi Spearman karena data yang dianalisis tidak berdistribusi normal berdasarkan hasil uji normalitas. Uji korelasi

⁴⁴ Cleveland, William S.; Devlin SJ. Robust Locally Weighted Regression and Smoothing Scatterplots. *J Am Stat Assoc.* 2007;74(368):829-836. https://sites.stat.washington.edu/courses/stat527/s14/readings/Cleveland_Delvin_JASA_1988.pdf

⁴⁵ Nist/Sematech. *Engineering Statistics Handbook – Nonparametric Regression*. (2013). <https://www.itl.nist.gov/div898/handbook/pmd/section1/pmd144.htm>

Spearman merupakan salah satu teknik statistik nonparametrik yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel, terutama ketika data berskala ordinal atau tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Uji ini mengukur hubungan yang bersifat monotonik, artinya jika nilai salah satu variabel meningkat, maka nilai variabel lainnya cenderung meningkat atau menurun secara konsisten, meskipun hubungan tersebut tidak harus linier.⁴⁶ Penggunaan uji Spearman menjadi lebih tepat dibandingkan korelasi Pearson ketika terdapat data outlier, hubungan tidak linier, atau saat data tidak lolos uji normalitas.⁴⁷ Oleh karena itu, mengingat data dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal, maka uji korelasi Spearman dipilih sebagai metode analisis yang paling sesuai.

Syarat pengambilan keputusan:

- a. P (rho)/ koefisien menunjukkan kekuatan dan arah hubungan (-1 sampai +1).
- b. Sig.(p-value) menentukan signifikansi hubungan (jika $p < 0,05$ artinya signifikan).
- c. N (jumlah data) menunjukkan jumlah data yang di uji.

⁴⁶ Christine P. Dancey and John Reidy. *Statistics Without Maths For Psychology 8th Edition Dancey Pdf Download*. 7th ed. Harlow UK; 2017. <https://archive.org/details/statisticswithou0005danc>

⁴⁷ Gibbons J C s. *Nonparametric Statistical Inference*. 4th ed. Marcel Dekker; 2003. [http://links.jstor.org/sici?sici=0162-1459\(198809\)83:403%3C596:LWRAAT%3E2.0.CO;2-Y](http://links.jstor.org/sici?sici=0162-1459(198809)83:403%3C596:LWRAAT%3E2.0.CO;2-Y)

Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi Spearman

| Correlations | | | | |
|----------------|---|-------------------------|--------|--------|
| | | | X | Y |
| Spearman's rho | X | Correlation Coefficient | 1.000 | .809** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | <.001 |
| | | N | 72 | 72 |
| | Y | Correlation Coefficient | .809** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | <.001 | . |
| | | N | 72 | 72 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

Keterangan

ρ = koefisien korelasi spearman

d/b_i = selisih peringkat antara dua variabel

$\sum b_i^2$ = jumlah kuadrat selisih peringkat

n = jumlah data / responden

Rumus

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

$$n = 72 \Rightarrow n(n^2 - 1) = 72(72^2 - 1) = 72$$

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{(373,176)} \Rightarrow 0.809 = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{(373,176)}$$

$$\frac{6 \sum b_i^2}{(373,176)} = 1 - 0.809 = 0.191 \Rightarrow \sum b_i^2 = \frac{0.191 \times 373,176}{6}$$

Berdasarkan hasil analisis korelasi Spearman, ditemukan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara variabel X dan Y, dengan koefisien korelasi sebesar 0,809. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara minat menabung (X) dan keputusan penggunaan produk tabungan haji (Y)

di kalangan generasi Z pada BSI Kantor Cabang Parepare. Selain itu, nilai signifikansinya $<0,001$ karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,01 maka hubungan tersebut signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 1% (dua arah). Dengan jumlah sampel sebanyak 72, hasil ini mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel bukan disebabkan oleh faktor kebetulan, melainkan mencerminkan keterkaitan yang kuat dan konsisten dalam data yang dianalisis.

Berdasarkan klasifikasi kekuatan korelasi, nilai 0,809 termasuk dalam kategori “hubungan sangat kuat”, karena berada pada rentang 0,76 hingga 0,90. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi minat seseorang untuk menabung, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk memutuskan menggunakan produk tabungan haji. Hasil ini memperkuat bahwa minat menabung memainkan peran penting dan positif dalam mempengaruhi keputusan keuangan generasi Z, khususnya dalam konteks tabungan haji yang disediakan oleh perbankan syariah.

2. Uji Korelasi Kendall's Tau

Uji Kendall's Tau_b merupakan salah satu metode korelasi non-parametrik yang digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel yang berskala ordinal atau berbentuk peringkat. Uji ini digunakan ketika data tidak memenuhi asumsi normalitas atau tidak bersifat linier, tetapi tetap menunjukkan hubungan monotonik (satu arah, baik naik atau turun). Dalam penelitian ini, Kendall's Tau digunakan karena data berasal dari skala Likert (ordinal) dan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, sehingga pendekatan non-

parametrik dianggap lebih tepat dibandingkan Pearson Product Moment atau regresi parametrik lainnya.⁴⁸

$P < 0,05 \rightarrow$ hubungan dianggap signifikan secara statistik.

$P < 0,01 \rightarrow$ hubungan sangat signifikan.

$P < 0,001 \rightarrow$ hubungan sangat-sangat signifikan.

Tabel 4.11 Tingkat Kekuatan Korelasi

| Nilai Koefisien Korelasi | Keterangan |
|--------------------------|-----------------------|
| 0,00 - 0,19 | Hubungan Sangat Lemah |
| 0,20 - 0,39 | Hubungan lemah |
| 0,40 - 0,59 | Hubungan sedang |
| 0,60 - 0,79 | Hubungan Kuat |
| 0,80 - 1,00 | Sangat kuat |

Sumber: Ma'Sunnah, 2019

Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Kendall's Tau

| Correlations | | X | Y |
|-----------------|---|-------------------------|--------|
| Kendall's tau_b | X | Correlation Coefficient | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | . |
| | N | 72 | 72 |
| Y | | Correlation Coefficient | .691** |
| | | Sig. (2-tailed) | <.001 |
| | N | 72 | 72 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS 30

⁴⁸ Ghazali I, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hlm. 213.

Keterangan

τ = koefisien korelasi kendall tau yang besarnya $(-1 < \tau < 1)$

A = jumlah ranking atas

B = jumlah ranking bawah

N = jumlah anggota sampel

Rumus

$$\tau = \frac{\frac{\sum A - \sum B}{N(N-1)}}{2}$$

$$\frac{N(N-1)}{2} = \frac{72 \times 71}{2} = \frac{5112}{2} = 2556$$

$$0.691 = \frac{\sum A - \sum B}{2556}$$

$$\sum A - \sum B = 0.691 \times 2556 = 1766.196$$

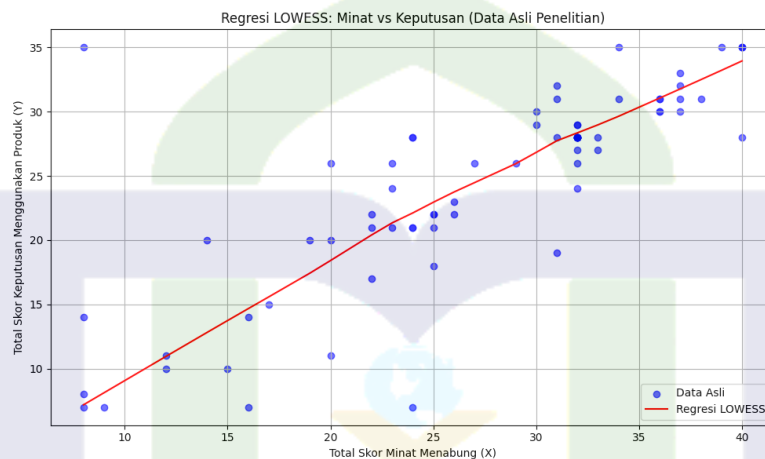
$$\tau = \frac{\frac{\sum A - \sum B}{N(N-1)}}{2} = \frac{1766.2}{2556} = 0.691$$

Berdasarkan hasil uji korelasi Kendall's Tau_b, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,691 sedangkan nilai signifikansinya sebesar $< 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara variabel minat menabung (X) dan keputusan penggunaan produk tabungan haji (Y) di kalangan generasi Z pada BSI Kantor Cabang Parepare. Jika merujuk pada klasifikasi kekuatan korelasi, nilai 0,691 berada dalam rentang 0,51 – 0,75, yang termasuk dalam kategori “hubungan kuat”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi minat generasi Z untuk menabung, maka semakin kuat pula kecenderungan mereka dalam memutuskan menggunakan produk tabungan haji.

Hasil ini memperkuat peran minat sebagai faktor penting yang mendorong pengambilan keputusan keuangan secara positif dan konsisten.

3. Uji Regresi Model lowess

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Model LOWESS



Sumber: data diolah menggunakan google colab

- Titik-titik biru menunjukkan data asli skor total masing-masing responden.
- Garis merah adalah hasil dari regresi lowess, yang menunjukkan pola hubungan non-parametrik antara:
 - X = minat menabung
 - Y = Keputusan penggunaan produk
- Terlihat adanya pola hubungan positif : semakin tinggi skor minat menabung, cenderung semakin tinggi pula Keputusan menggunakan produk tabungan haji.

Berdasarkan hasil analisis regresi Lowess pada gambar, terlihat bahwa hubungan antara minat menabung dan Keputusan menggunakan produk tabungan haji bersifat positif. Regresi Lowess digunakan sebagai alternatif karena data tidak memenuhi asumsi parametrik (normalitas dan linearitas). Kurva yang berbentuk

menunjukkan tren naik yang konsisten, yang mengindikasikan bahwa peningkatan minat menabung beriringan dengan peningkatan Keputusan menggunakan produk. Dengan demikian, pola hubungan antar variabel dapat dijelaskan secara visual secara lebih fleksibel tanpa mengasumsikan linieritas sempurna. Kurva yang terbentuk menunjukkan pola cembung positif, di mana nilai pada variabel keputusan meningkat seiring dengan kenaikan pada minat menabung. Pola ini mengindikasikan adanya hubungan non-linear yang positif antara kedua variabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa minat menabung berkontribusi terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji, khususnya di kalangan generasi Z.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil data penelitian menunjukkan bahwa:

1. Tingkat kuat minat menabung dan keputusan penggunaan produk Tabungan haji

Tingkat kuat minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji di kalangan generasi Z pada BSI Kantor Cabang Parepare dapat dikategorikan kuat hingga sangat kuat, berdasarkan keseluruhan hasil uji statistik yang telah dilakukan dalam penelitian ini. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel minat menabung menunjukkan nilai rata-rata sebesar 27,05 dari skor maksimum 40, yang mencerminkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan tinggi dalam minat terhadap produk tabungan haji. Responden dominan menjawab “setuju” dan “sangat setuju” pada pernyataan-pernyataan yang menunjukkan perhatian, keinginan, keyakinan, dan dorongan untuk menabung di BSI, seperti "Saya memiliki keinginan kuat untuk memiliki tabungan haji" dan

"Saya percaya tabungan haji BSI sesuai prinsip syariah." Hal ini menunjukkan bahwa minat tersebut bersumber dari kesadaran finansial dan spiritual yang kuat.

Kualitas instrumen pengukuran minat menabung juga sangat valid dan reliabel. Seluruh item kuesioner variabel minat menabung dinyatakan valid dengan nilai korelasi r hitung di atas 0,84 dan signifikansi $< 0,001$. Berdasarkan dari hasil uji kendall' tau di peroleh nilai korelasinya sebesar 0,691 jika dilihat dari tabel tingkat kekuatan korelasi 0,51-0,75 artinya hubungan kuat. Sedangkan nilai signifikansinya sebesar 0,001 artinya hubungan sangat sangat signifikan. Maka seluruh indikator yang digunakan berhasil mengukur minat menabung secara konsisten. Ini menjadi dasar yang kuat bahwa minat menabung yang tinggi pada generasi Z bukan hanya terjadi secara sporadis, tetapi merupakan suatu kecenderungan psikologis yang stabil.

Lebih jauh, minat menabung yang tinggi ini berdampak langsung terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji, yang juga tergolong pada tingkat yang baik. Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata skor keputusan penggunaan produk sebesar 24,26 dari skor maksimum 35. Sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pernyataan seperti "Saya merasa puas setelah menggunakan produk tabungan haji di BSI," serta "Saya ingin merekomendasikan produk ini kepada teman atau keluarga." Hal ini mencerminkan bahwa keputusan yang diambil tidak bersifat impulsif, melainkan merupakan hasil dari proses pertimbangan yang matang, mulai dari kesadaran akan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga kepuasan pasca penggunaan.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji korelasi Spearman dan Kendall's Tau_b, diketahui bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara minat menabung dengan keputusan penggunaan produk tabungan haji di kalangan generasi Z pada BSI Kantor Cabang Parepare. Nilai koefisien korelasi Spearman sebesar 0,809 dan Kendall's Tau_b sebesar 0,691, keduanya dengan tingkat signifikansi $< 0,001$, menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak hanya kuat tetapi juga bermakna secara statistik. Hasil ini mencerminkan bahwa secara umum, responden memiliki tingkat minat menabung yang tinggi, yang ditunjukkan melalui perhatian mereka terhadap produk tabungan haji, keinginan untuk menabung sejak dini, serta sikap positif terhadap produk-produk keuangan syariah. Sejalan dengan itu, keputusan penggunaan produk tabungan haji juga berada pada tingkat yang tinggi, yang berarti mayoritas responden telah menunjukkan niat dan kesiapan nyata dalam memilih serta menggunakan produk tersebut. Korelasi yang kuat antara kedua variabel ini menggambarkan bahwa semakin tinggi minat yang dimiliki seseorang untuk menabung, maka semakin besar pula kecenderungan dan keyakinan mereka dalam mengambil keputusan menggunakan produk tabungan haji. Dengan demikian, baik tingkat minat maupun keputusan penggunaan produk dalam penelitian ini berada pada kategori tinggi, dan saling memengaruhi secara signifikan.

2. Hubungan positif dan signifikan antara minat menabung dengan Keputusan penggunaan produk tabungan haji

Minat merupakan dorongan yang muncul secara alami dari dalam diri seseorang tanpa tekanan dari pihak luar, yang mengarah pada pencapaian tujuan

tertentu.⁴⁹ Dalam konteks ini, dorongan internal generasi z untuk menyisihkan sebagian pendapatannya guna memenuhi kebutuhan ibadah haji menjadi faktor penting dalam pembentukan keputusan menabung. Secara psikologis, Keputusan penggunaan produk Tabungan haji merupakan bentuk aktualisasi dari minat yang telah tertanam. Keputusan seseorang merupakan proses pemilihan dari beberapa alternatif yang tersedia, Dimana konsumen akan memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan, nilai, dan keyakinannya.⁵⁰

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat menabung berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji di kalangan generasi Z pada BSI Kantor Cabang Parepare. Hal ini diperkuat oleh hasil uji korelasi Spearman yang menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,809, maka berada dalam kategori hubungan kuat hingga sangat kuat, serta menunjukkan nilai signifikansi $< 0,001$ karena $< 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan signifikan antara minat menabung dan Keputusan penggunaan produk Tabungan haji.

Berdasarkan hasil analisis regresi *LOWESS*, terlihat adanya kecenderungan positif antara minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji. Kurva *LOWESS* menunjukkan bahwa semakin tinggi skor minat menabung, maka semakin tinggi pula skor keputusan penggunaan produk. Meskipun regresi *LOWESS* tidak memberikan nilai signifikansi atau koefisien regresi secara eksplisit seperti regresi linier, pola hubungan yang terbentuk cukup jelas untuk menyimpulkan adanya pengaruh secara visual. Artinya, minat menabung berperan

⁴⁹ Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016. 123

⁵⁰ Schiffman dan Kanuk, *Consumer Behavior* (Jakarta: PT Indeks, 2008), hlm. 547.

sebagai faktor pendorong terhadap pengambilan keputusan dalam menggunakan produk keuangan syariah, khususnya tabungan haji. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa minat menabung memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji, sebagaimana tercermin dalam pola data yang dihasilkan oleh analisis regresi non-parametrik ini.

Dalam konteks penelitian ini, minat menabung mencerminkan ketertarikan responden terhadap kegiatan menyimpan uang dalam bentuk tabungan haji, baik karena motivasi religius, keamanan dana, maupun tujuan ibadah jangka panjang. Ketika minat tersebut tinggi, individu lebih terdorong untuk mengambil keputusan yang konkret, yaitu dengan memilih dan menggunakan produk tabungan haji. Maka dari itu, minat berperan sebagai faktor pendorong internal yang memengaruhi tahapan pengambilan keputusan finansial.

Penelitian ini mendukung hipotesis bahwa semakin tinggi minat seseorang untuk menabung, maka semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk memutuskan menggunakan produk tabungan haji. Sebaliknya, jika minat rendah, maka keputusan penggunaan produk juga cenderung lemah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa minat menabung memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji. Hasil ini penting tidak hanya dari sisi teoritis, tetapi juga praktis, karena memberikan masukan kepada pihak BSI agar terus meningkatkan strategi yang mampu membentuk dan memperkuat minat generasi Z terhadap produk-produk syariah, khususnya tabungan haji, melalui edukasi, pendekatan digital, serta promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter generasi muda.

3. Pola hubungan minat menabung terhadap Keputusan penggunaan produk Tabungan haji

Berdasarkan hasil uji regresi LOWESS yang dilakukan antara variabel minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji, diperoleh kurva regresi yang menunjukkan pola hubungan positif. Garis kurva yang terbentuk melalui metode LOWESS memperlihatkan bahwa secara umum, semakin tinggi tingkat minat responden untuk menabung, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan menggunakan produk tabungan haji. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan arah hubungan yang naik dan stabil, meskipun tidak secara linear sempurna.

Metode regresi LOWESS (Locally Weighted Scatterplot Smoothing) digunakan dalam penelitian ini karena mampu menggambarkan hubungan non-linear secara visual, tanpa harus memenuhi asumsi normalitas dan linearitas seperti pada regresi parametrik. Dengan menggunakan LOWESS, peneliti dapat melihat pola data sebenarnya berdasarkan penyebaran titik-titik responden. Hasil plot menunjukkan bahwa garis merah yang terbentuk tidak datar atau acak, melainkan naik secara bertahap. Ini memperkuat indikasi bahwa minat menabung berhubungan erat dengan keputusan penggunaan produk, sesuai dengan arah hipotesis penelitian.

Bentuk kurva regresi menunjukkan bahwa hubungan antar variabel berada pada pola positif dan konsisten meningkat, tanpa adanya bagian cembung (turun-naik) yang tajam. Artinya, walaupun tidak 100% linier, hubungan ini bersifat stabil dan menguat, yang menandakan bahwa minat menabung benar-benar menjadi salah satu determinan penting dalam pengambilan keputusan keuangan

generasi Z, khususnya terkait produk tabungan haji. Titik-titik sebar data sebagian besar mengikuti pola yang sama dengan arah kurva, menandakan konsistensi hubungan.

Temuan ini mendukung teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa minat adalah bagian dari tahapan kognitif-afektif yang mengarah pada keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2009), minat merupakan dorongan internal yang muncul sebelum seseorang memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Dalam konteks ini, minat untuk menabung secara syariah menunjukkan bahwa responden telah memiliki orientasi keuangan jangka panjang, dan ketika minat tersebut tinggi, mereka cenderung memilih produk yang sesuai, seperti tabungan haji.

Dengan demikian, hasil regresi LOWESS memperkuat bahwa minat menabung memiliki peran penting dan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji. Pola hubungan yang terdeteksi melalui analisis ini dapat menjadi bukti empiris bahwa generasi Z yang memiliki minat tinggi terhadap menabung juga memiliki kecenderungan untuk memilih produk keuangan syariah sebagai bagian dari perencanaan ibadah dan keuangan mereka. Hal ini dapat menjadi masukan praktis bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran berdasarkan pemahaman terhadap pola perilaku konsumen muda.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh minat menabung terhadap keputusan penggunaan produk Tabungan haji di kalangan generasi z pada BSI Kantor Cabang Parepare. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tingkat Kekuatan minat menabung terhadap Keputusan penggunaan produk Tabungan haji di kalangan Generasi Z pada BSI kc parepare tergolong tinggi. Hal ini ditunjukkan dari Sebagian besar responden yang menunjukkan ketertarikan, keinginan kuat, keyakinan, serta dorongan yang tinggi terhadap produk tabungan haji.
Responden merasa bahwa menabung untuk haji merupakan bentuk perencanaan finansial dan spiritual yang penting, sejalan dengan prinsip syariah yang mereka yakini. Hal ini dibuktikan dalam uji kendall's tau yang menunjukkan nilai korelasinya sebesar 0,691 yang artinya Tingkat kekuatan korelasi berada di 0,60-0,79 maka hubungan kuat.
2. Hubungan positif dan signifikan antara minat menabung dengan Keputusan penggunaan produk tabungan haji dikalangan Generasi Z di BSI kc parepare dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan minat mereka. Di antaranya adalah keyakinan terhadap prinsip syariah, kemudahan akses digital, kepuasan terhadap pelayanan, serta pengaruh sosial dari keluarga dan lingkungan. Generasi Z menunjukkan perilaku pengambilan keputusan yang rasional dan terencana, mulai dari pengenalan hingga evaluasi alternatif. Baik minat menabung maupun keputusan penggunaan produk tabungan haji di kalangan generasi Z pada BSI KC Parepare berada pada tingkat yang sangat

baik. Keduanya saling berhubungan erat, di mana minat yang tinggi terhadap menabung menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan produk secara konkret.

Temuan ini memperlihatkan keberhasilan BSI dalam membangun kepercayaan dan daya tarik produknya di kalangan generasi muda yang religius, digital-savvy, dan mulai sadar akan pentingnya perencanaan ibadah sejak dini. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji korelasi spearman yang menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,809 maka berada pada tabel tingkat kekuatan korelasi 0,80-1,00 maka hubungan sangat kuat. Sedangkan signifikansinya sebesar $<0,001$ karena lebih kecil dari 0,01 maka dapat dikatakan terdapat hubungan signifikan. Sedangkan berdasarkan dari garis kurva regresi model *LOWESS* yang meningkat maka dapat dikatakan terdapat hubungan yang positif.

3. Pola hubungan antara minat menabung dengan keputusan penggunaan produk tabungan haji, ditunjukkan oleh Kurva regresi *LOWESS* memperlihatkan pola hubungan yang naik secara stabil dan positif, tanpa adanya penurunan atau perubahan ekstrem.

Ini menunjukkan bahwa hubungan antara minat menabung dan keputusan penggunaan produk tabungan haji bersifat non-linear positif, artinya meningkat, tapi tidak dalam bentuk garis lurus sempurna. Kurva ini menggambarkan bahwa generasi Z yang memiliki minat kuat terhadap kegiatan menabung cenderung mengambil keputusan menggunakan produk tabungan haji secara lebih konsisten, sesuai nilai dan tujuan keuangannya.

B. Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini hanya berfokus pada satu variabel bebas, yaitu minat menabung, terhadap keputusan penggunaan produk tabungan haji. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang juga

berpotensi memengaruhi keputusan menabung, seperti religiusitas, literasi keuangan, pengaruh keluarga, maupun faktor pelayanan bank. Selain itu, metode penelitian dapat diperluas menggunakan pendekatan *mixed method* agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam, tidak hanya secara kuantitatif tetapi juga dari sisi kualitatif seperti motivasi psikologis atau nilai-nilai sosial budaya yang memengaruhi perilaku menabung. Penelitian di lokasi dan populasi berbeda juga sangat dianjurkan agar hasilnya dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

2. Untuk Generasi Z

Generasi Z diharapkan dapat lebih sadar dan terlibat aktif dalam perencanaan keuangan masa depan, khususnya dalam mempersiapkan dana untuk ibadah haji. Menabung sejak dini bukan hanya mencerminkan kedewasaan finansial, tetapi juga kesiapan spiritual. Sebagai generasi yang melek digital dan memiliki akses informasi luas, sudah semestinya Generasi Z memanfaatkan fasilitas perbankan syariah, seperti produk tabungan haji, sebagai bentuk investasi jangka panjang yang sesuai dengan prinsip syariah. Diharapkan pula generasi ini dapat menjadi pelopor dalam meningkatkan budaya menabung secara syariah di lingkungan sekitarnya, baik melalui praktik langsung maupun dengan membagikan informasi kepada teman sebaya.

3. Untuk BSI

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi BSI dalam mengembangkan strategi pemasaran dan edukasi keuangan lebih efektif kepada generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Karim

- Ahmadsyah I, Aulia Marzelin A, Ismuadi. Strategi Pemasaran Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Meulaboh. *J Ilm Mhs Ekon Islam*. 2022;4(2):106-124.
- Antoro B. Analisis Penerapan Formula Slovin dalam Penelitian Ilmiah: Kelebihan, Kelemahan, dan Kesalahan dalam Perspektif Statistik. *J Multidisiplin Sos dan Hum*. 2024;1(2):53-63.
<https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jmsh/article/view/38>
- Budiaji W. Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *J Ilmu Pertan dan Perikan Desember*. 2019;2(2):125-131. <http://umbidharma.org/jipp>
- Cleveland, William S.; Devlin SJ. Robust Locally Weighted Regression and Smoothing Scatterplots. *J Am Stat Assoc*. 2007;74(368):829-836.
https://sites.stat.washington.edu/courses/stat527/s14/readings/Cleveland_Delvin_JASA_1988.pdf
- Christine P. Dancey and John Reidy. *Statistics Without Maths For Psychology 8th Edition Dancey Pdf Download*. 7th ed. Harlow Uk; 2017.
<https://archive.org/details/statisticswithou0005danc>
- Field A. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. 4th ed. Sage Publications Ltd; 2017. <https://archive.org/details/DSUSSPSSStatistics5e>
- Fatkhurolji, Kurniawan D S. Pelaksanaan Akad Mudharabah Pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Sudirman Indramayu. *J Sharia Econ Financ*. 2023;2(1):62-68.
<https://jsef.faiunwir.ac.id/index.php/jsef/article/download/17/19>
- Fajriyah N. *Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah; 2013.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/23879>
- Fatimah Rahmatillah S, Semaun S, Bahri AS, Muhammadun M. J-HES Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Farmasi Halal di Kota Parepare. *J Huk Ekon Syariah*. 2024;8(4):1-16.
<https://core.ac.uk/download/pdf/616695124.pdf>

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Gibbons J C s. *Nonparametric Statistical Inference*. 4th ed. Marcel Dekker; 2003.
[http://links.jstor.org/sici?sici=01621459\(198809\)83:403%3C596:LWRAAT%3E2.0.CO;2-Y](http://links.jstor.org/sici?sici=01621459(198809)83:403%3C596:LWRAAT%3E2.0.CO;2-Y)
- Hadya Rizka, Sutardjo Agus MA. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua*. 2021;3(1):13-24.
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 78.
- Indriani I, Syarifuddin ADI. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Akuntansi Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Parepare. *Funds J Ilm Akuntansi, Keuangan, dan Bisnis*. 2024;2(2):140-154. doi:10.35905/funds.v2i2.8765
- Juansah E D, Savira, Tia N W STM. Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif dan Kualitatif pada Metode Penelitian. *J Ilm Pendidik Dasar*. 2023;2(6):784-808. <http://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/download/12005/5080>
- Juansah E D, Savira, Tia N W STM. Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif dan Kualitatif pada Metode Penelitian. *J Ilm Pendidik Dasar*. 2023;2(6):784-808. <http://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/download/12005/5080>
- Kotronoulas G, Miguel S, Dowling M, et al. Seminars in Oncology Nursing An Overview of the Fundamentals of Data Management , Analysis , and Interpretation in Quantitative Research c. *Semin Oncol Nurs*. 2023;39:1-9. doi:10.1016/j.soncn.2023.151398
- Lendra D. *Pengaruh Promosi, Edukasi, Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia KC Kelapa Gading 1*. UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto; 2023.
[https://repository.uinsaizu.ac.id/22161/1/Lendra Darmawan_PENGARUH PROMOSI%2C EDUKASI%2C MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI D.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/22161/1/Lendra%20Darmawan_PENGARUH%20PROMOSI%20EDUKASI%20MOTIVASI%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20NASABAH%20MEMILIH%20TABUNGAN%20HAJI%20D.pdf)
- Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior* (New Jersey: Prentice Hall, 2008).
- Laerd Statistics. Spearman's Rank-Order Correlation. (2018)
<https://statistics.laerd.com/statistical-guides/spearmans-rank-order-correlation-statistical-guide.php>
- Marlius D. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurnal*. 2016;3(1):12-22. <https://osf.io/preprints/inarxiv/vdqqg/download>

- Novian H, Anwar MW, Fauzi F, Irviani R. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *J Ilm Ekon Islam*. 2023;9(3):4082. doi:10.29040/jiei.v9i3.11358
- Nugraha, Jefri P., dkk. *Teori Perilaku Konsumen* (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2022),. <https://books.google.co.id/books?hl=id&id=Oa1eEAAQBAJ>
- NAI, Frihatni AA, Budiono IN. the Influence of Mudharabah and Musyarakah Financing on the Financial Performance of Sharia Banking in Indonesia. *Islam Financ Account Rev*. 2024;3(1):53-64. doi:10.35905/ifar.v3i1.13200
- PT Bank Syariah Indonesia. "BSI Berangkatkan 83% Jamaah Haji Indonesia Tahun 2024." Diakses 20 November 2024. <https://www.bankbsi.co.id/news-update>
- PT Bank Syariah Indonesia, "BSI Catat Kenaikan Signifikan Tabungan Haji, Buktikan Kepercayaan Nasabah," diakses 20 April 2025, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-catat-kenaikan-signifikan-tabungan-haji-buktikan-kepercayaan-nasabah>.
- Priadana Sidik SD. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Della, ed.). Pascal Books; 2021. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=9dZWEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=Sidik+Priadana,+Denok+Sunarsi,++Metode+Penelitian+Kuantitatif+&ots=1fdIKb4tNj&sig=gtSJHD5lr48HaUxDogZpwUZ5FX8>
- Risnawati R, Syaparuddin. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Milenial di Kabupaten Bone). *Al-Iqtishad J Ekon*. 2021;13(1):17. <https://www.jurnal.iainbone.ac.id/index.php/aliqtishad/article/download/2536/1129>
- Sofwatillah, Risnita, Jailani MS, Saksitha DA. Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *J Genta Mulia*. 2024;15(2):79-91. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)
- Sugiyono. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2023
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Tho'n M. Profitability of Islamic Commercial Banks In Indonesia. *IQTISHADIA J Ekon Perbankan Syariah*. 2019;6(2):89-99.doi:10.19105/iqtishadia.v6i2.2429
- Tijjag B, Nurfadhilah N, Putra P, Jayadi U, Ilham R. The Influence of Product Quality and Purchase Decisions on Helmet LTD's Brand Image. Published

online 2022. doi:10.4108/eai.11-10-2021.2319581

Ulfa A. Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *J Ilm Ekon Islam*. 2021;7(2). doi:10.29040/jiei.v7i2.2680

Vernanda NS. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online Bsi Mobile*. Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto; 2024. [https://repository.uinsaizu.ac.id/23546/1/Neta Shinta Vernanda_Pengaruh Persepsi Manfaat%2C Kemudahan Penggunaan Dan Sikap Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Layanan Pembukaan Rekening Online BSI Mobile %28Studi Pada Gen Z Nasabah BSI Di Purwokerto%29.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/23546/1/Neta%20Shinta%20Vernanda_Pengaruh%20Persepsi%20Manfaat%20Kemudahan%20Penggunaan%20Dan%20Sikap%20Terhadap%20Keputusan%20Generasi%20Z%20Menggunakan%20Layanan%20Pembukaan%20Rekening%20Online%20BSI%20Mobile%20Studi%20Pada%20Gen%20Z%20Nasabah%20BSI%20Di%20Purwokerto.pdf)

Wahyuni SA, Bahri A, Yasin Soumena M. Jurnal Mirai Management Efektivitas Sosialisasi Bank Muamalat KCP Parepare Terhadap Peningkatan Minat Menabung Masyarakat. *J Mirai Manag*. 2023;8(3):251-257.





IDENTITAS RESPONDEN

| No | Nama | Jenis Kelamin | Usia |
|----|-------------------------|---------------|-------|
| 1 | ISMA | PEREMPUAN | 19-22 |
| 2 | AL FAJRIL | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 3 | NIR AISAH SARI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 4 | NENENG SITI HAFSOH | PEREMPUAN | 19-22 |
| 5 | MUAMAR | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 6 | M.KHALID FATUR RAHMAN | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 7 | SINDY ALFIANI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 8 | SRI SUGIARTI SALIM | PEREMPUAN | 19-22 |
| 9 | NUR HIKMA RAMIS SAPUTRI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 10 | ABDUL RAHMAN SIRAJUDDIN | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 11 | KHAIRIL | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 12 | ANDIKA SYAPUTRA | LAKI-LAKI | 23-25 |
| 13 | DERBY YUNUS | PEREMPUAN | 19-22 |
| 14 | FEBY KUMALA PUTRI | PEREMPUAN | 23-25 |
| 15 | SARINA | PEREMPUAN | 23-25 |
| 16 | RESKI ANGGRIANI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 17 | BELLA SAPHIRA | PEREMPUAN | 19-22 |
| 18 | NIR MUTMAINNAH ALWI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 19 | Nur Andini Sari | PEREMPUAN | 19-22 |
| 20 | ILMI AMINI LUKMAN | PEREMPUAN | 19-22 |
| 21 | Yusuf | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 22 | NUR | PEREMPUAN | 19-22 |
| 23 | MUHAMMAD HIDAYAT | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 24 | ARQAN ZAKY NAWWAF NASIR | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 25 | Wasilah | PEREMPUAN | 19-22 |
| 26 | Nur Miftahul Janna | PEREMPUAN | 19-22 |
| 27 | DEWIANTI ULANDARI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 28 | MUTIA ABDILLAH | PEREMPUAN | 19-22 |
| 29 | RENITA | PEREMPUAN | 26-28 |
| 30 | Putra | LAKI-LAKI | 26-28 |
| 31 | kiki | PEREMPUAN | 19-22 |

| | | | |
|----|---------------------------|-----------|-------|
| 32 | WINDA | PEREMPUAN | 19-22 |
| 33 | CITRA ANJELIKA | PEREMPUAN | 23-25 |
| 34 | NURHIKMAWATI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 35 | ELSAH FAHRANI DASMAN | PEREMPUAN | 23-25 |
| 36 | SEPTIA | PEREMPUAN | 19-22 |
| 37 | Reski Anugrah | PEREMPUAN | 23-25 |
| 38 | Ahmad | LAKI-LAKI | 26-28 |
| 39 | Dilla | PEREMPUAN | 26-28 |
| 40 | DEBY FEBRIANI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 41 | Muh fazli | LAKI-LAKI | 23-25 |
| 42 | RAFLI | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 43 | MUHAMMAD NASHIIR AS`AD | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 44 | Alyah | PEREMPUAN | 19-22 |
| 45 | BADRIANI | PEREMPUAN | 26-28 |
| 46 | Harfiani | PEREMPUAN | 19-22 |
| 47 | Fathur Rakhman Lukman | LAKI-LAKI | 23-25 |
| 48 | MUH AKBAR FADILLAH | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 49 | EKO SETIAWAN | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 50 | SAKINA | PEREMPUAN | 19-22 |
| 51 | DINA RAMADANI | PEREMPUAN | 19-22 |
| 52 | MARWAH | PEREMPUAN | 26-28 |
| 53 | Gilang | LAKI-LAKI | 26-28 |
| 54 | fatima | PEREMPUAN | 23-25 |
| 55 | muh fajar | LAKI-LAKI | 26-28 |
| 56 | muh.gufran | LAKI-LAKI | 23-25 |
| 57 | indah pratiwi | PEREMPUAN | 26-28 |
| 58 | andi zafitri | PEREMPUAN | 26-28 |
| 59 | NURFIKI | PEREMPUAN | 26-28 |
| 60 | RIZKY | PEREMPUAN | 26-28 |
| 61 | KHADIJAH | PEREMPUAN | 26-28 |
| 62 | NAILA AULIA | PEREMPUAN | 19-22 |
| 63 | RESKI AMALIA | PEREMPUAN | 19-22 |
| 64 | herliana | PEREMPUAN | 19-22 |
| 65 | ADNAN SETIAWAN | LAKI-LAKI | 19-22 |
| 66 | NATASYA PUTRI KADIR | PEREMPUAN | 19-22 |

| | | | |
|----|--------------|-----------|-------|
| 67 | aisyah rijal | PEREMPUAN | 26-28 |
| 68 | putrianis | PEREMPUAN | 26-28 |
| 69 | RARA | PEREMPUAN | 26-28 |
| 70 | Lala safitri | PEREMPUAN | 26-28 |
| 71 | AGUSTINA | PEREMPUAN | 26-28 |
| 72 | DIVA AUDIYA | PEREMPUAN | 23-25 |



TABULASI DATA HASIL INSTRUMEN VARIABEL X (MINAT MENABUNG)

| Responden | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | TOTAL_X |
|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|---------|
| 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 26 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 37 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 30 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 32 |
| 10 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 31 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 22 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 25 |
| 23 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 17 |
| 24 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 19 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 26 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 23 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 29 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 30 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 12 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 34 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |

| | | | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|----------|----------|----|
| 36 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 37 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| 38 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 39 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 1 | 3 | 3 | 24 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 41 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 25 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 31 |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 44 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 20 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 29 |
| 48 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 16 |
| 49 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 52 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 2 | 22 |
| 53 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 12 |
| 54 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 36 |
| 55 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| 56 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 1 | 22 |
| 57 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 14 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 31 |
| 59 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 60 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 61 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 62 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 63 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 64 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 66 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 23 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 69 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 25 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| <u>71</u> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | <u>4</u> | <u>4</u> | 32 |

TABULASI DATA HASIL INSTRUMEN VARIABEL X (MINAT MENABUNG)

| Responden | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | TOTAL_Y |
|-----------|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|
| 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 32 |
| 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 31 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 6 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 14 |
| 7 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 30 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 9 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 28 |
| 11 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 32 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 33 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 31 |
| 21 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 22 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 23 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 15 |
| 24 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 20 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 26 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 24 |
| 27 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 28 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 27 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 30 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 10 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 32 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 31 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 34 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |

| | | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 36 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 37 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 30 |
| 38 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 39 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 41 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 22 |
| 42 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 31 |
| 43 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 44 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 30 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 26 |
| 48 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 14 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 50 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 52 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 53 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 11 |
| 54 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 31 |
| 55 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 56 | 5 | 1 | 3 | 4 | 2 | 5 | 2 | 22 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 20 |
| 58 | 2 | 2 | 1 | 3 | 5 | 5 | 1 | 19 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 62 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 64 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 66 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 68 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 24 |
| 69 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 18 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| <u>71</u> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |

R Tabel

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 1 | 0.9877 | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2 | 0.9000 | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3 | 0.8054 | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4 | 0.7293 | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5 | 0.6694 | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6 | 0.6215 | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7 | 0.5822 | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |
| 8 | 0.5494 | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9 | 0.5214 | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10 | 0.4973 | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11 | 0.4762 | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12 | 0.4575 | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13 | 0.4409 | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14 | 0.4259 | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15 | 0.4124 | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16 | 0.4000 | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17 | 0.3887 | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18 | 0.3783 | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19 | 0.3687 | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20 | 0.3598 | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21 | 0.3515 | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22 | 0.3438 | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |
| 23 | 0.3365 | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24 | 0.3297 | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25 | 0.3233 | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26 | 0.3172 | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27 | 0.3115 | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28 | 0.3061 | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29 | 0.3009 | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |
| 30 | 0.2960 | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31 | 0.2913 | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32 | 0.2869 | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |

| | | | | | |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 33 | 0.2826 | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |
| 34 | 0.2785 | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |
| 35 | 0.2746 | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36 | 0.2709 | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37 | 0.2673 | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38 | 0.2638 | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39 | 0.2605 | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40 | 0.2573 | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |
| 41 | 0.2542 | 0.3008 | 0.3536 | 0.3887 | 0.4843 |
| 42 | 0.2512 | 0.2973 | 0.3496 | 0.3843 | 0.4791 |
| 43 | 0.2483 | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44 | 0.2455 | 0.2907 | 0.3420 | 0.3761 | 0.4694 |
| 45 | 0.2429 | 0.2876 | 0.3384 | 0.3721 | 0.4647 |
| 46 | 0.2403 | 0.2845 | 0.3348 | 0.3683 | 0.4601 |
| 47 | 0.2377 | 0.2816 | 0.3314 | 0.3646 | 0.4557 |
| 48 | 0.2353 | 0.2787 | 0.3281 | 0.3610 | 0.4514 |
| 49 | 0.2329 | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50 | 0.2306 | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |
| 51 | 0.2284 | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52 | 0.2262 | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53 | 0.2241 | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54 | 0.2221 | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57 | 0.2162 | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58 | 0.2144 | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59 | 0.2126 | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65 | 0.2027 | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66 | 0.2012 | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67 | 0.1997 | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68 | 0.1982 | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |

| | | | | | |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74 | 0.1901 | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75 | 0.1888 | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76 | 0.1876 | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85 | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86 | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87 | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88 | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89 | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90 | 0.1726 | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91 | 0.1716 | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92 | 0.1707 | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93 | 0.1698 | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94 | 0.1689 | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95 | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96 | 0.1671 | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97 | 0.1663 | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98 | 0.1654 | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99 | 0.1646 | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100 | 0.1638 | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1576/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

05 Mei 2025

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RENANDA PUTRI HALTIN
Tempat/Tgl. Lahir : PINRANG, 26 Juli 2003
NIM : 2120203861206120
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : KABOE, KELURAHAN/DESA TIROANG, KECEMATAN
TIROANG, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH MINAT MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI KALANGAN GENERASI Z PADA BSI KANTOR CABANG PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 06 Mei 2025 sampai dengan tanggal 06 Juni 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



SRN IP0000396

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 396/IP/DPM-PTSP/5/2025

- Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
 NAMA : **RENANDA PUTRI HALTIN**
 UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
 Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**
 ALAMAT : **KABOE, KAB. PINRANG**
 UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH MINAT MENABUNG TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI KALANGAN GENERASI Z PADA BSI KANTOR CABANG PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **BANK SYARIAH INDONESIA CABANG PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **09 Mei 2025 s.d 31 Mei 2025**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
 Pada Tanggal : **14 Mei 2025**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM

Pembina Tk. 1 (IV/b)

NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91131 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
Website: <https://lp2m.iainpare.ac.id/>, e-mail : lp2m@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN

B-201/In.39/LP2M.07/TL.00/05/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Haramain, M.Sos.I.
NIP : 19840312 201503 1 003
Pangkat/Golongan : Penata Tk.I / IIIId
Jabatan : Ketua LP2M IAIN Parepare

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Renanda Putri Haltin
NIM : 2120203861206120
Semester : 8
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah selesai melakukan penelitian di BSI KC Parepare selama 30 hari terhitung pada 01 Mei s/d 31 Mei 2025 untuk keperluan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dengan judul **"Pengaruh Minat Menabung Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Haji Di Kalangan Generasi Z Pada BSI Kantor Cabang Parepare"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 28 Mei 2025
Ketua LP2M



Muhammad Haramain, M.Sos.I
NIP 198740312 201503 1 002

Dokumentasi Penelitian



PENGAMBILAN SAMPEL SECARA ONLINE MELALUI GOOGLE FORM



BIODATA PENULIS



Renanda Putri Haltin, Lahir pada tanggal 26 Juli 2003. Anak kedua dari tiga bersaudara. Anak dari pasangan Ayah kandung bernama Abdul Halim dan Ibu kandung bernama Agustina. Penulis mulai memasuki Jenjang Pendidikan pertama kali pada tahun 2009 penulis melanjutkan Pendidikan sekolah dasar di (SDN) 254 Pinrang dan Tamat pada tahun 2014, setelah itu penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di (SMPN) 3 Pinrang pada tahun 2015 dan tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas di (SMAN) Negeri 6 Pinrang dan tamat pada tahun 2021. Setelah tamat SMA pada tahun 2021, penulis melanjutkan Pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2021 dengan mengambil jenjang Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Program Studi Perbankan Syariah.