

# PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arka  
NIM : 172032041  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa naskah tesis magister yang berjudul **“PENGARUH LAYANAN PRODUK TABUNGAN DANA HAJI DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG (Study Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan)”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di dunia akademik.

Apabila dikemudian hari ternyata terbukti secara meyakinkan bahwa sebagian maupun keseluruhan dari tesis ini merupakan hasil plagiat, saya bersedia menerima sanksi dan konsekuensinya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Serang, 24 Oktober 2019

Saya yang Menyatakan,

Materai 6000

Arka  
NIM : 172032041

# PENGESAHAN

Tesis berjudul : **“PENGARUH LAYANAN PRODUK  
TABUNGAN DANA HAJI DAN STRATEGI  
PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH  
DALAM MENABUNG (Study Di BRI Syariah  
Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan)”**

Nama : Arka  
NIM : 172032041  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tanggal Ujian : 11 November 2019

Dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister  
Ekonomi (M.E).

Serang, 11 November 2019  
Direktur,

**Prof. Dr. H. B. Syafuri, M.Hum**  
**NIP. 19590810 199003 1 002**

# **PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS MAGISTER**

Tesis berjudul : **PENGARUH LAYANAN PRODUK  
TABUNGAN DANA HAJI DAN  
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
MINAT NASABAH DALAM  
MENABUNG** (Study Di BRI Syariah  
Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan)

Nama : Arka  
NIM : 172032041  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah disetujui tim penguji ujian munaqosah

Ketua : Dr. H. Moch. Muizzudin, M.Pd ( )  
NIP. 19690205 200003 1 005

Pengji I : Dr. Wazin Baihaqi, M.SI ( )  
NIP. 19630225 199003 1005

Penguji II : Dr. Dedi Sunardi, M.H. ( )  
NIP. 19800926 200901 1007

Pembimbing I : Dr. Nana Suryapermana, M.Pd ( )  
NIP. 19680506 200003 1 001

Pembimbing II : Dr. Hj. Oom Mukarromah, M.Hum ( )  
NIP. 19650227 199103 2 003

Sekretaris : Rd. Elva Munawwaroh, S.Pd ( )  
NIP. 19811206201503 2 003

Diuji di Serang pada tanggal, 11 November 2019

Waktu : 13.00 - 14.00 WIB  
Hasil/nilai : 3,47  
Predikat : Memuaskan

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,  
Direktur Program Pascasarjana  
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten  
di Serang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis magister yang berjudul: **“PENGARUH LAYANAN PRODUK TABUNGAN DANA HAJI DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG** (Study Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan)”

Yang ditulis oleh :

Nama : Arka  
NIM : 172032041  
Program : Magister (S2)  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Kami telah sepakat bahwa tesis magister tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten untuk diajukan guna mengikuti UJIAN TESIS MAGISTER dalam rangka memperoleh gelar M.E (Magister Ekonomi).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I

Serang, 24 Oktober 2019  
Pembimbing II

**Dr. Nana Suryapermana, M.Pd**  
NIP. 19680506 200003 1 001

**Dr. Hj. Oom Mukarromah, M.Hum**  
NIP. 19650227 199103 2 003

## ABSTRAK

**ARKA, NIM 172032041, Magister, Ekonomi Syariah, Pengaruh Layanan Produk Tabungan Dana Haji Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung (Study Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan )**

Islam ditegakan di atas lima pilar, kelima pilar tersebut adalah syahadat, shalat, puasa, zakat, dan haji. Pilar Islam terakhir yang menjadikan keberislaman seorang Muslim menjadi lebih sempurna adalah jika mampu menunaikan ibadah haji ke dua tanah Suci Makkah dan Madinah. Pelaksanaan pilar Islam yang ke lima ini tidak diwajibkan kepada setiap orang. Hanya mereka yang tergolong mampu dan sanggup saja yang diwajibkan untuk melaksanakannya. Kemampuan dan kesanggupan dimaksud terutama sekali terkait dengan penguasaan ilmu, fisik, dan pembiayaan untuk menunaikan ibadah haji yang memang tidak sedikit. Ibadah haji adalah penyempurnaan dari rukun Islam yang kelima bagi kaum Muslimin kewajiban ini berlaku sepanjang hidupnya.

Perumusan Masalah dirumuskan suatu masalah sebagai berikut: 1. Bagaimana layanan produk tabungan dana haji terhadap minat nasabah dalam menabung ?. 2. Bagaimana strategi pemasaran tabungan haji terhadap nasabah dalam menabung? 3. Seberapa besar pengaruh layanan dan strategi pemasaran terhadap minat tabungan dana haji?.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Untuk mengetahui layanan produk tabungan dana haji terhadap minat nasabah dalam menabung pada Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan. 2. Untuk mengetahui strategi pemasaran tabungan dana haji terhadap nasabah dalam menabung Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan. 3. Untuk mengetahui besar pengaruh layanan dan strategi pemasaran terhadap minat tabungan dana haji.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Dengan dilakukan Uji Validitas dan Reliabilitas Dan uji asumsi klasik di antaranya Uji Multikolonieritas, Uji autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas. Kemudian menggunakan Pengajuan Persyaratan Analisis yaitu Analisis Regresi Linier Berganda dan Pengajuan Hipotesis, Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji f), Koefisien Korelasi (r), Koefisien determinasi (R-Squares).

Setelah dilakukan penelitian, diketahui bahwa variabel Variabel Layanan tabungan dana haji (X1) Dari hasil perhitungan yang didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,131 Dan nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,671 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,538. Maka dapat dikatakan berpengaruh secara positif dan signifikan antara layanan tabungan dana haji dengan minat nasabah dalam menabung. Variabel Strategi Pemasaran (X2) Dari hasil perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,586. Dan nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,671 dengan nilai signifikan  $0,118 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,216. Maka  $H_0$  ditolak artinya bahwa ada berpengaruh secara positif dan signifikan antara Strategi pemasaran dengan minat nasabah dalam menabung menyatakan bahwa, Strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung.

Berdasarkan nilai statistik pada hasil analisis, terlihat bahwa nilai F hitung sebesar 9.840 dengan nilai signifikansi 0.000. karena nilai signifikansi lebih kecil  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel variabel layanan produk tabungan dana haji (X1), strategi pemasaran (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel minat nasabah dalam menabung (Y).

**Keyword** : Layanan, Produk Tabungan Dana Haji, Strategi Pemasaran, Minat Nasabah

## ABSTRACT

ARKA, NIM 172032041, Masters, Sharia Economics, Effects of Hajj Savings Fund Product Services and Marketing Strategies on Customers' Interest in Savings (Study at BRI Syariah Sub-Branch Office (KCP) Labuan)

Islam is established on five pillars, the five pillars are creed, prayer, fasting, almsgiving, and pilgrimage. The last pillar of Islam that makes a Muslim more perfect is to be able to perform the pilgrimage to the two Holy lands of Mecca and Medina. The implementation of the fifth pillar of Islam is not mandatory for everyone. Only those who are classified as capable and able are required to carry it out. The ability and capability referred to above all are particularly related to the mastery of science, physical, and financing to perform the Hajj which is indeed not insignificant. The pilgrimage is a refinement of the fifth pillar of Islam for Muslims this obligation applies throughout his life.

Problem Formulation a problem is formulated as follows: 1. How does the pilgrimage savings product service to the customer's interest in saving? 2. What is the marketing strategy of Hajj savings for customers in saving? 3. How much influence do marketing services and strategies have on the interest in saving the Hajj funds?

The purpose of this research is as follows: 1. To find out the Hajj savings product services to customers' interest in saving at the Labuan Branch Office (KCP) Labuan. 2. To find out the marketing strategy of saving Hajj funds to customers in saving the Labuan Branch Office (KCP). 3. To find out the effect of services and marketing strategies on the interest of Hajj savings.

The method used in this research is to use quantitative descriptive methods. With Validity and Reliability Tests and classic assumption tests including Multicollinearity Test, Autocorrelation Test, Heteroscedasticity Test, Normality Test. Then use the Submission of Analysis Requirements, namely Multiple Linear Regression Analysis and Hypothesis Submission, Partial Test (t Test), Simultaneous Test (Test f), Correlation Coefficient (r), Coefficient of determination (R-Squares).

After conducting research, it is known that the variable variable Hajj savings services (X1) From the calculation results obtained t\_count value of 4.131 And the value of t\_ (table) is 1.671 with a significant value of  $0.000 < 0.05$  and the value of the regression coefficient is positive at 0.538. Then it can be said to have a positive and significant effect between the pilgrimage savings service with the customer's interest in saving. Variable Marketing Strategy (X2) From the calculation results obtained t-count value of 1.586. And the ttable value is 1.671 with a significant value of  $0.118 < 0.05$  and a positive value of the regression coefficient of 0.216. So  $H_0$  is rejected, meaning that there is a positive and significant effect between the marketing strategy with the customer's interest in saving, stating that, the marketing strategy has a significant effect on the customer's interest in saving.

Based on statistical values on the results of the analysis, it appears that the calculated F value is 9,840 with a significance value of 0,000. because the significance value is smaller than  $0.000 < 0.05$ , it can be concluded that the variables of the Hajj savings product service variable (X1), marketing strategy (X2) simultaneously (together) affect the variable of customer interest in saving (Y).

Keyword: Services, Hajj Savings Product, Marketing Strategy, Customer Interest

## ملخص البحث

أركاءرقم التسجيل: ١٧٢٠٣٢٠٤١ ماجستير ، اقتصاديات الشريعة ، آثار خدمات منتجات صندوق التوفير الحجى واستراتيجيات التسويق على اهتمام العملاء بالادخار (دراسة في فرع لبنك الشعبي الإندونيسي الفرعى لبوان .

يتم تأسيس الإسلام على خمسة أعمدة ، والأعمدة الخمسة هي العقيدة ، والصلاة ، والصوم ، والصدقة ، والحج .الركن الأخير للإسلام الذي يجعل المسلم أكثر كمالا هو أن يكون قادراً على أداء فريضة الحج إلى مدينتي مكة والمدينة المقدسين .إن تنفيذ الركن الخامس للإسلام ليس إلزاميا للجميع .فقط أولئك الذين يصنفون على أنهم قادرون وقادرون على القيام بما ترتبط القدرة والقدرة المشار إليها أعلاه بشكل خاص بإتقان العلم والجسدية والتمويل لأداء فريضة الحج التي ليست في الحقيقة مهمة .الحج هو تنقيح الركن الخامس للإسلام بالنسبة للمسلمين ، وهذا الالتزام ينطبق طوال حياته .

صياغة المشكلة يتم صياغة المشكلة على النحو التالي: ١. كيف يمكن لمنتج وفورات الحج أن يخدم مصلحة العميل في الادخار؟ ٢) .ما هي استراتيجية التسويق لمدخرات الحج للعملاء في الادخار؟ ٣. ما مدى تأثير خدمات واستراتيجيات التسويق على مصلحة توفير أموال الحج؟ الغرض من هذا البحث هو كما يلي: ١. لمعرفة خدمات توفير منتجات الحج لصالح العملاء في الادخار في فرع لبنك الشعبي الإندونيسي الفرعى لبوان ٢) لمعرفة الإستراتيجية التسويقية لتوفير أموال الحج للعملاء في توفير فرع لبوان ٣. .معرفة تأثير الخدمات واستراتيجيات التسويق على مصلحة مدخرات الحج .

الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي استخدام الأساليب الوصفية الكمية .مع اختبارات الصلاحية والثوقية واختبارات الافتراض الكلاسيكية بما في ذلك اختبار الارتباط المتعدد الخطية ، اختبار الارتباط التلقائي ، اختبار التغيرات المغاير ، اختبار الحالة الطبيعية .ثم استخدم تقدم متطلبات التحليل ، وهي تحليل الانحدار الخطي المتعدد وتقدم الفرضيات ، الاختبار الجزئي (اختبار t) ، الاختبار المتزامن (اختبار f) ، معامل الارتباط (r) ، معامل التحديد (المربعات (I) .

بعد إجراء البحوث ، من المعروف أن المتغير المتغير خدمات توفير الحج ( $X_1$ ) من نتائج الحساب التي تم الحصول عليها بقيمة t\_count بقيمة ٤.١٣١ وقيمة t\_الجدول هي ١.٦٧١ بقيمة كبيرة قدرها ٠.٠٠٠ < ٠.٠٥٠ .وقيمة معامل الانحدار موجبة عند ٠.٥٣٨ .ثم يمكن القول أن يكون لها تأثير إيجابي وهام بين خدمة ادخار الحج مع مصلحة العميل في الادخار .استراتيجية التسويق المتغيرة ( $X_2$ ) من نتائج الحساب التي تم الحصول عليها بقيمة t\_count ١،٥٨٦ .والقيمة t\_table هي ١.٦٧١ بقيمة كبيرة قدرها ٠.١١٨ < ٠.٠٥٠ .وقيمة موجبة لمعامل الانحدار عند ٠.٢١٦ .لذا تم رفض  $H_0$  ، مما يعني وجود تأثير إيجابي وهام بين استراتيجية التسويق وبين مصلحة العميل في الادخار ، مع الإشارة إلى أن استراتيجية التسويق لها تأثير كبير على مصلحة العميل في الادخار .

استنادًا إلى القيم الإحصائية على نتائج التحليل ، يبدو أن قيمة F المحسوبة هي ٩،٨٤٠ بقيمة ٠.٠٠٠ .نظرًا لأن قيمة الأهمية أقل من ٠.٠٠٠ < ٠.٠٥٠ ، يمكن أن نستنتج أن متغيرات خدمة توفير منتجات الحج ( $X_1$ ) ، واستراتيجية التسويق ( $X_2$ ) في وقت واحد (معًا) تؤثر على متغير اهتمام العميل بالادخار.(Y)

لكلمة المفتاحية: الخدمات ، منتجات ادخار الحج ، استراتيجية التسويق ، مصلحة العملاء

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam penulisan tesis magister di lingkungan Program Pascasarjana UIN “SMH” Banten mengacu kepada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama R.I. dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/1987 dan 0543 b/U1987, tanggal 22 Januari 1988, dengan sedikit penyesuaian. Transliterasi huruf-huruf Arab tertentu bisa dibuat dengan menggunakan *Time New Arabic 12*, dengan cara sebagai berikut :

Ā = Tekan a dan tekan shif+titik

Ă = Tekan A dan tekan shif+titik

i< = Tekan I dan tekan shif+titik

I < = Tekan I dan tekan shif+koma

ū = Tekan u dan tekan shif+titik

Ū = Tekan U dan tekan shif+koma

ḥ = Tekan h dan tekan shif+kurung kurawal kanan

Ḥ = Tekan H dan tekan shif+kurung kurawal kiri

ş = Tekan s dan tekan shif+ kurung kurawal kanan

Ş = Tekan S dan tekan shif+kurung kurawal kiri

š = Tekan s dan tekan garis miring

Š = Tekan S dan tekan shif+garis miring

ḏ = Tekan d dan tekan shif+kurung kurawal kanan

Ḍ = Tekan D dan tekan shif+ kurung kurawal kiri

ṭ = Tekan t dan tekan shif+kurung kurawal kanan

Ṭ = Tekan T dan tekan shif+kurung kurawal kiri

ž = Tekan z dan tekan garis miring



Ẓ = Tekan Z dan tekan shif+garis miring

ẓ = Tekan z dan tekan shif+kurawal kiri

Ẕ = Tekan Z dan tekan shif+kurung kurawal kiri

### Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Keterangan                   |
|------------|------|--------------------|------------------------------|
| ا          | alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan           |
| ب          | ba   | B/b                | be                           |
| ت          | ta'  | T/t                | te                           |
| ث          | tsa' | Ṣ/ṣ                | tse (s titik di atas)        |
| ج          | jim  | J/j                | je                           |
| ح          | ha'  | Ḥ/ḥ                | ha (h dengan titik di bawah) |
| خ          | kha' | Kh/kh              | kha (gabungan k dan h)       |
| د          | dal  | D/d                | de                           |

|   |      |       |                                      |
|---|------|-------|--------------------------------------|
| ذ | zal' | Ẓ/ẓ   | zal (z dengan titik di atas)         |
| ر | ra'  | R/r   | er                                   |
| ز | zai  | Z/z   | zet                                  |
| س | sin  | S/s   | es                                   |
| ث | syin | Sy/sy | es dan ye                            |
| ك | sad  | Ş/ş   | es (dengan titik di bawah)           |
| د | dad  | Ḍ/ḍ   | de (dengan titik atau garis dibawah) |
| ط | ta'  | Ṭ/ṭ   | ṭ (dengan titik di bawah)            |
| ظ | ẓa'  | Ẓ/ẓ   | ẓ (dengan titik di bawah)            |
| ع | 'ain | ‘     | Koma terbalik di atas                |
| غ | gain | gh    | ge ( gabungan ata dengan g dan h)    |

|   |        |   |          |
|---|--------|---|----------|
| ف | Fa'    | F | ef       |
| ق | qàf    | q | qi       |
| ك | kàf    | k | ka       |
| ل | lam    | l | el       |
| م | mim    | m | em       |
| ن | nun    | n | en       |
| و | wawu   | w | we       |
| ه | ha'    | h | ha       |
| ء | hamzah | ' | Apostrof |
| ي | ya'    | y | Ye       |

## Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

|     |         |               |
|-----|---------|---------------|
| عدة | ditulis | <i>'iddah</i> |
|-----|---------|---------------|

### *Ta' marbutoh*

1. Bila diamalkan ditulis h

|      |         |               |
|------|---------|---------------|
| هبة  | ditulis | <i>hibah</i>  |
| جزية | ditulis | <i>jizyah</i> |

( Ketentuan ini tidak dilakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia dan menjadi bahasa baku, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

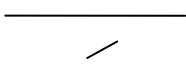
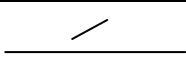
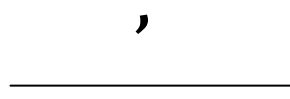
Bila diikuti dengan kata sandang “**al**” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

|                |         |                          |
|----------------|---------|--------------------------|
| كرامة الاولياء | ditulis | <i>Karāmah al auliyā</i> |
|----------------|---------|--------------------------|

2. Bila ta' *marbuthah* hidup atau dengan *harkat, fathah, kasrah* dan *dhammah* ditulis t.

|            |         |                      |
|------------|---------|----------------------|
| زكاة الفطر | ditulis | <i>Zak tul fitri</i> |
|------------|---------|----------------------|

### Vokal pendek

|  |        |         |   |
|--|--------|---------|---|
|   | kasrah | Ditulis | i |
|   | fathah | Ditulis | a |
|  | dammah | Ditulis | u |

### Vokal Panjang

|                   |         |                   |
|-------------------|---------|-------------------|
| Fathah + alif     | ditulis | ā                 |
| جاهلية            | ditulis | <i>Jāhiliyyah</i> |
| Fathah + ya' mati | ditulis | ā                 |

|                    |         |               |
|--------------------|---------|---------------|
| يسعى               | ditulis | <i>Yas`à</i>  |
| Kasrah + ya' mati  | ditulis | <i>ī</i>      |
| كريم               | ditulis | Karim         |
| Dammah + wawu mati | ditulis | <i>ū</i>      |
| فروض               | ditulis | <i>Furūdu</i> |

#### Vokal Rangkap

|                   |         |                 |
|-------------------|---------|-----------------|
| Fathah + ya' mati | ditulis | ai              |
| بينكم             | ditulis | <i>bainakum</i> |
| Fathah+wawu mati  | ditulis | au              |
| قول               | ditulis | <i>qaulun</i>   |

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohiim, Dengan Rahmat Allah SWT Alhamdulillah Wa Syukurillah*, penulis panjatkan kehadiran Allah ‘Azza Wajalla. yang telah memberikan taburan nikmat, kasih sayangnya, serta yang telah memberikan taufiq, dan hidayah-Nya sehingga terselesainya karya tulis ilmiah ini yang berjudul **“PENGARUH LAYANAN PRODUK TABUNGAN DANA HAJI DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENABUNG (Study Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Labuan)”** yang tersusun sebagai bentuk jawaban dan permasalahan sehingga penulis memperoleh gambaran tentang yang dilakukan oleh penulis.

Shalawat beriringkan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan alam dan Uswatun Hasanah Nabi Muhammad SAW. Serta keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan sumber ilmu dan hukum yang telah diridhoi-Nya.

Penulis berupaya penuh semangat dalam penulisan tesis ini, penulis menyadari banyak melibatkan berbagai pihak yang telah mendukung baik secara moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu perkenankan penulis menyampaikan penghargaan/ apresiasi yang setinggi-tingginya dan mengucapkan *jazakumullahu khairan wajazaa* yang mendalam kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A REKTOR UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Bapak Prof. Dr. H. B. Syafuri, M.Hum Diaktur Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Bapak Dr. Nana Suryapermana, M.Pd Katua Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Bapak Dr. Nana Suryapermana, M.Pd dosen pembimbing I Dan pembimbing II Ibu Dr. Hj. Oom Mukarromah, M.Hum, yang selalu membimbing penulis dengan penuh kebijaksanaan dan memberikan arahan-arahan membimbing serta memotivasi penulis dengan penuh keihlasan hingga terselaiskannya tesis ini.
5. Bapak Dr. Wazin Baihaqi, M.SI dosen penguji I dan Bapak Dr. Dedi Sunardi, S.H, M.H. dosen penguji II, telah menguji tesis ini sehingga penulis terasa manfaat demi pengembangan dimasa depan.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta staf pengajar di Pascasarjana UIN “Sultan Maulana Hasanudin Banten, yang telah memberikan bekal pengetahuan yang begitu berharga selama penulis kuliah di Pascasarjana UIN “Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
7. Bapak Iwan Sarifudin Pimpinan Cabang Pembantu Bank BRI Syariah Labuan Sudirman yang telah bersedia



membantu memberikan izin dalam penelitian hingga terselesaikannya tesis ini.

8. Ayahanda H. Usa dan Ibunda Hj. Dawinah yang senantiasa memberikan doanya, serta motivasi dan materi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
9. Rekan-rekan Seperjuangan Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Program Study Ekonomi Syariah angkatan ke 14 Tahun 2017, Bapak H. Iman Firdaus, Lc. Dipl. Bapak Imam Rana Hardiana, Bapak Iman Nur Ilmi, Bapak Ahmad Yusuf, Bapak Amad Hariri, Ibu Tatu Humaeroh, Ibu Neneng Hilnayanti, Ibu Nurfidini Ristianti, yang telah memberikan Suport dan semangat dalam penyelesaian Tesis ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT. Penulis memohon semoga semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materil mendapatkan balasan yang berlipat, dan penulis menyadari dalam penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, saran dan kritik konstruktif dari berbagai pihak akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi pembaca.

Serang, 24 Oktober 2019

Penulis

Arka

NIM : 172032041

### PERSEMBAHAN

Penulis Persembahkan Tesis ini kepada:

Ayahanda H. Usa dan Ibunda Hj. Dawinah dan khusus untuk kakaku, Jawira, Arsid, Darja, Syariah, Aniah, dan adik-adiku, Darni dan Uriah, serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan moral dan material, kasih sayang serta do'a yang tiada henti dan menyemangati penulis untuk tabah dalam menghadapi kesulitan-kesulitan selama proses penulisan tesis ini.

### MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

*“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat”. (QS an-Nisaa Ayat 58)*

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>              | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                | <b>ii</b>   |
| <b>PESETUJUAN TIM PENGUJI.....</b>            | <b>iii</b>  |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>            | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                          | <b>v</b>    |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b> | <b>viii</b> |

|  |       |
|--|-------|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                  | xv    |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                     | xviii |
| <b>MOTTO</b> .....                           | xix   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                      | xx    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                    | xxv   |
| <b>DAFTAR GRAFIK</b> .....                   | xvii  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                   | xviii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....               | 1     |
| A. Latar Belakang Masalah .....              | 1     |
| B. Identifikasi Masalah .....                | 8     |
| C. Pembatasan Masalah .....                  | 8     |
| D. Perumusan Masalah.....                    | 9     |
| E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....      | 9     |
| F. Sitematika Penulisan .....                | 11    |
| <b>BAB II KAJIAN TEORITIS LAYANAN PRODUK</b> |       |
| <b>TABUNGAN DANA HAJI DAN STRATEGI</b>       |       |
| <b>PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH</b>      |       |
| <b>DALAM MENABUNG</b> .....                  | 14    |
| A. Bank Syariah .....                        | 14    |
| 1. Pengertian Bank Syariah .....             | 14    |
| 2. Sejarah Berdirinya Bank Rakyat            |       |
| Indonesia (BRI) Syariah .....                | 16    |
| 3. Landasan Hukum Perbankan Syariah .....    | 18    |
| 4. Layanan Syariah .....                     | 25    |
| 5. Produk tabungan .....                     | 26    |
| 6. Tabungan .....                            | 29    |

|   |           |
|---|-----------|
| B. Haji Dan Umrah .....                       | 32        |
| 1. Pengertian Haji dan Umrah .....            | 33        |
| 2. Syarat Haji dan Umrah .....                | 35        |
| 3. Rukun Haji .....                           | 36        |
| 4. Wajib Haji .....                           | 39        |
| 5. Sunah Haji .....                           | 43        |
| 6. Rukun Umrah .....                          | 45        |
| 7. Wajib Haji dan Umrah .....                 | 45        |
| C. Strategi Pemasaran .....                   | 46        |
| 1. Pengertian Strategi .....                  | 46        |
| 2. Pengertian Pemasaran .....                 | 47        |
| 3. Strategi Pemasaran .....                   | 50        |
| 4. Konsep pemasaran .....                     | 52        |
| 5. Bauran Pemasarann (Marketing Mix) .....    | 55        |
| 6. Minat .....                                | 60        |
| 7. Nasabah (Pelanggan) .....                  | 62        |
| D. Tinjauan pustaka/Penelitian terdahulu..... | 68        |
| E. Kerangka Berpikir .....                    | 66        |
| F. Pengajuan Hipotesis .....                  | 76        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>        | <b>78</b> |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian .....          | 78        |
| B. Metode dan Rancangan Penelitian .....      | 87        |
| 1. Jenis Data .....                           | 87        |
| 2. Metode .....                               | 88        |
| C. Populasi dan Sampel .....                  | 90        |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....              | 92        |

|  |     |
|--|-----|
| E. Instrumen Penelitian .....              | 99  |
| F. Uji Validitas dan Reabilitas .....      | 110 |
| G. Analisis Regresi Linier Berganda .....  | 115 |
| H. Teknik Analisis Data .....              | 116 |
| 1. Uji Hipotesis .....                     | 116 |
| a. Uji t .....                             | 116 |
| b. Uji f .....                             | 119 |
| c. Koefisien Korelasi (r) .....            | 120 |
| d. Koefisien Determinasi (R-Squares) ..... | 121 |
| 2. Uji Penyimpanan Asumsi .....            | 122 |
| a. Uji multikolonieritas .....             | 122 |
| b. Autokorelasi .....                      | 125 |
| c. Uji Heteroskedastisitas .....           | 126 |
| d. Uji Normalitas .....                    | 128 |

**BAB IV ANALISIS LAYANAN PRODUK TABUNGAN  
DANA HAJI DAN STRATEGI PEMASARAN  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM  
MENABUNG .....** **132**

|   |     |
|---|-----|
| A. Analisis Layanan Tabungan Haji .....                               | 132 |
| 1. Pembukaan Rekening .....   | 133 |
| 2. Pernyataan dan Kuasa dari Nasabah .....                            | 134 |
| 3. Surat Pernyataan Nomor Wajib Pajak.....                            | 137 |
| 4. Akad Tabungan Haji BRISyariah iB.....                              | 138 |
| 5. Ketentuan Umum Tabungan Haji BRI Syariah...                        | 141 |
| 6. Penyetoran dan Penarikan Dana Tabungan<br>Haji BRISyariah iB ..... | 142 |
| 7. Bagi Hasil Tabungan BRISyariah iB .....                            | 145 |

|  |     |
|--|-----|
| 8. Tarif dan Biaya Tabungan Haji BRISyariah iB .....                               | 146 |
| 9. Ketentuan SISKOHAT .....  | 147 |
| 10. Pencatatan.....  | 147 |
| 11. Penutupan Rekening Tabungan Haji BRISyariah iB .....                           | 149 |
| 12. Hukum yang Berlaku dan Penyelesaian Sengketa .....                             | 150 |
| 13. Surat Kuasa atau Wakalah.....  | 151 |
| 14. Layanan Pendaftaran Haji dan Umrah BRI Syariah.....                            | 153 |
| 15. Produk Tabungan Dana Haji Bank Syariah .....                                   | 159 |
| 16. Produk Tabungan Haji BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Labuan .....        | 164 |
| B. Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Nasabah Dalam Menabung .....          | 169 |
| C. Pengaruh layanan dan strategi pemasaran terhadap minat tabungan dana haji ..... | 175 |
| 1. Deskripsi Data Penelitian .....   | 175 |
| a. Responden berdasarkan kelamin .....   | 175 |
| b. Responden berdasarkan Usia .....  | 176 |
| c. Pekerjaan .....   | 177 |
| d. Pendidikan .....  | 180 |
| e. Pendapatan .....  | 181 |
| 2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....  | 183 |
| a. Hasil Uji Validitas .....   | 183 |
| b. Hasil Uji Reliabilitas .....  | 193 |
| 3. Uji Asumsi Klasik .....   | 196 |

|              |  |     |
|--------------|--|-----|
| a.           | Hasil Uji Multikolonieritas .....        | 196 |
| b.           | Hasil Uji Autokorelasi.....              | 198 |
| c.           | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....      | 199 |
| d.           | Hasil Uji Normalitas .....               | 202 |
| 4.           | Analisis Data .....                      | 206 |
| a.           | Analisis Regresi Linier Berganda .....   | 206 |
| 5.           | Hipotesis .....                          | 208 |
| a.           | Hasil Uji Parsial (Uji t) .....          | 208 |
| b.           | Hasil Uji Simultan ( Uji f ) .....       | 211 |
| c.           | Koefisien Korelasi (r).....              | 213 |
| d.           | Koefisien determinasi (R-Squares) .....  | 216 |
| 6.           | Pembahasan Hasil Temuan Penelitian ..... | 217 |
| <b>BAB V</b> | <b>PENUTUP</b> .....                     | 220 |
| A.           | Simpulan.....                            | 220 |
| B.           | Implikasi Hasil Penelitian .....         | 222 |
| C.           | Keterbatasan Penelitian .....            | 224 |
| D.           | Saran .....                              | 225 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DAFTAR TABEL**

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| Tabel 3.1 | Gambaran Pernyataan Skala <i>likert</i> dapat berupa ..... | 96  |
| Tabel 3.2 | Nilai Pedoman Kriteria Penafsiran .....                    | 97  |
| Tabel 3.3 | Instrumen Indikator .....                                  | 102 |
| Tabel 3.4 | Definisi Operasional .....                                 | 107 |
| Tabel 3.5 | Pengembalian keputusan ada tidaknya autokorelasi ..        | 126 |
| Tabel 4.1 | Jenis kelamin responden .....                              | 176 |



|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Tabel 4.2  | Usia Responden .....  | 177 |
| Tabel 4.3  | Pekerjaan Responden .....   | 178 |
| Tabel 4.4  | Responden berdasarkan Pendidikan .....  | 180 |
| Tabel 4.5  | Pendapatan Responden .....  | 180 |
| Tabel 4.6  | Output SPSS Uji Validitas Variabel (X1) Layanan<br>Produk Tabungan Dana Haji .....    | 185 |
| Tabel 4.7  | Output Uji Validitas Variabel (X1) Layanan<br>Produk Tabungan Dana Haji .....         | 187 |
| Tabel 4.8  | Output SPSS Uji Validitas Variabel (X2) Strategi<br>Pemasaran .....                   | 188 |
| Tabel 4.9  | Output Uji Validitas Variabel (X2) Strategi<br>Pemasaran .....                        | 190 |
| Tabel 4.10 | Output SPSS Uji Validitas Variabel (Y) Minat<br>Nasabah Dalam Menabung .....          | 191 |
| Tabel 4.11 | Output Uji Validitas Variabel (Y) Minat Nasabah<br>Dalam Menabung .....               | 192 |
| Tabel 4.12 | Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel (X1)<br>Layanan Produk Tabungan dana haji ..... | 194 |
| Tabel 4.13 | Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel (X2)<br>Strategi Pemasaran .....                | 195 |
| Tabel 4.14 | Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel (Y)M inat<br>Nasabah Dalam Menabung.....        | 195 |
| Tabel 4.15 | Hasil uji Reliabilitas .....  | 195 |
| Tabel 4.16 | Multikolonieritas .....   | 197 |
| Tabel 4.17 | Autokorelasi .....  | 198 |
| Tabel 4.18 | Uji heteroskedastisitas .....   | 202 |

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.19 | One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....                     | 205 |
| Tabel 4.20 | Output SPSS Regresi Linier berganda Model<br>Summary .....   | 206 |
| Tabel 4.21 | Output SPSS Regresi Linier berganda Anova <sup>a</sup> ..... | 206 |
| Tabel 4.22 | Output SPSS Regresi Linier berganda .....                    | 206 |
| Tabel 4.23 | Hasil Uji Parsial ( Uji t ) .....                            | 210 |
| Tabel 4.24 | Hasil Uji Simultan (Uji F) .....                             | 212 |
| Tabel 4.26 | Koefisien Korelasi (r) .....                                 | 214 |
| Tabel 4.27 | Model summary .....  | 214 |
| Tabel 4.28 | Determinasi R <sup>2</sup> ( <i>R-Squares</i> ) .....        | 216 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Gambar 3.1 | Struktur organisasi Per Agustus 2019 Kantor<br>Cabang Pembantu Labuan PT Bank BRISyariah..... | 80  |
| Gambar 4.1 | Korelasi ganda .....  | 213 |



## DAFTAR GRAFIK

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Grafik 4.1 | Heteroskedastisitas Scatterplot .....                                | 200 |
| Grafik 4.2 | Heteroskedastisitas Scatterplot .....                                | 201 |
| Grafik 4.3 | Normalitas Dependent Variable: Minat Nasabah<br>Dalam Menabung ..... | 204 |