

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Lahirnya Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah telah memberikan peluang yang sangat baik bagi pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Undang-Undang ini memungkinkan bank dapat beroperasi sepenuhnya secara syariah atau bank konvensional yang dapat membuka cabang khusus syariah atau biasa disebut unit usaha syariah. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau unit kerja di kantor cabang yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah (Purnama,2018:6).

Perkembangan bank syariah akan sangat pesat apabila mengacu pada *demand* masyarakat akan produk dan perbankan syariah, sejak tahun 1992 mulai beroperasi yang bernama Bank Muamalah Indonesia. Pada tahun 1998 diberlakukan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan sebagai pengganti Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 serta dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Tahun 2003 banyak bank-bank yang menjalankan operasionalnya dengan menggunakan prinsip syari'ah. Dengan adanya Undang-Undang tersebut perbankan syariah di Indonesia mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk berkembang, menyelenggarakan kegiatan usaha, termasuk pemberian kesempatan

kepada bank konvensional untuk membuka kantor cabang yang operasional perbankannya menggunakan prinsip syariah.

Bank syariah adalah bank yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, hukum prinsip syariah, yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Sehingga dalam sistem keuangan syariah tidak mengenal sistem bunga atau riba seperti di bank konvensional. Hal tersebut karena bertentangan dengan firman Allah swt. dalam QS. Al-Baqarah 2:278

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Terjemahnya:

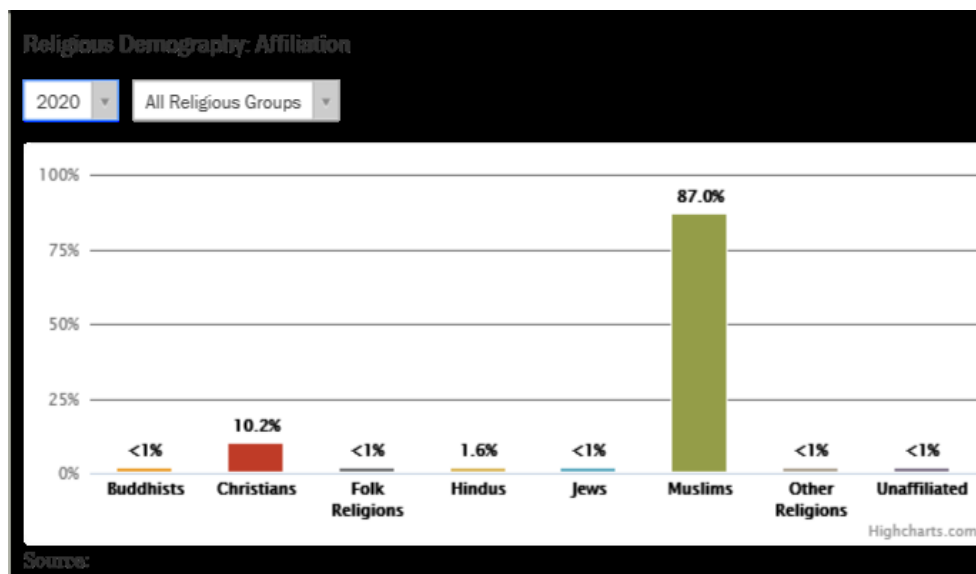
*“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”*

Persaingan dalam dunia perbankan di Indonesia saat ini semakin pesat dan berkembang. Salah satunya dengan ditunjukkan pada produk tabungan haji yang mengalami perkembangan tiap tahunnya. Pertumbuhan ekonomi terus mengalami peningkatan hal ini menjadi salah satu faktor sumber daya manusia semakin mempunyai kemampuan mendaftarkan diri mereka sebagai masyarakat muslim menjadi calon jemaah haji, perkembangan dan peningkatan tidak terlepas dari masyarakat karena masyarakat yang menjadi elemen penting yang akan menjadi nasabah dalam dunia bank.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik mayoritas penduduk Indonesia merupakan negara muslim terbesar dunia. Berdasarkan data *Globalreligiustfuture* 2018, penduduk Indonesia yang beragama Islam pada 2010 mencapai 209,12 juta jiwa atau sekitar 87% dari total populasi. Kemudian pada 2020, penduduk muslim

Indonesia diperkirakan akan mencapai 229,62 juta jiwa (Direktorat Infrastruktur Ekosistem Syariah, 2020)

**Gambar 1.1** *Population Growth Projections, 2010-2050*



Source: *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050*

Untuk meningkatkan laju pertumbuhan perbankan syariah, maka salah satu yang diperhatikan adalah produk-produk unggulan. Perbankan syariah wajib mengemas setiap memiliki daya tarik tersendiri bagi setiap nasabah, termasuk kemampuan memasarkannya kepada nasabah. Tugas pemasaran merupakan peranan penting dalam menunjang keberhasilan yang berhubungan langsung dengan konsumen atau nasabah sehingga dapat mempengaruhi konsumen atau nasabah untuk memutuskan, memakai atau tidak produk yang ditawarkan.

Banyaknya produk-produk bank syari'ah yang belum dipahami oleh masyarakat, kurang populernya produk-produk pembiayaan yang secara teori dapat memberikan kontribusi langsung terhadap sektor riil, dan rentannya bank syari'ah terhadap resiko likuiditas jika memberikan pembiayaan mudharabah ini merupakan

hal yang menghambat berkembang pesatnya pertumbuhan nasabah pada bank syariah. Secara garis besar belum semaksimal apa yang ditargetkan oleh pihak perusahaan atau bank dan kemungkinan juga tidak sesuai dengan prinsip syariah dalam ekonomi Islam.

Dengan adanya bisnis perbankan syariah masyarakat akan memilih dalam mengelola dananya. Baik Bank Syariah maupun Bank Konvensional menawarkan begitu banyak fasilitas pelayanan, promosi dan produk yang sangat memanjakan para nasabahnya. Kondisi persaingan bisnis perbankan ini mendorong setiap bankir untuk mencari berbagai strategi pelayanan terbaik agar dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang telah ada, termasuk strategi penawaran produk tabungan haji.

Salah satu bank yang besar-besaran memberikan promosi produknya adalah Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia menawarkan sesuatu yang baru yaitu BSI Tabungan Haji Indonesia dengan kemudahan BSI juga meluncurkan fitur pembayaran setoran awal pendaftaran haji secara *online* via layanan Mobile dan juga profesionalitas, Dilihat dari jumlah nasabah yang menabung pun cukup banyak, tercatat jumlah penabung haji di BSI sebanyak lebih dari 4,3 juta nasabah hingga akhir September 2021.

Bagi bank Bank Syariah Indonesia, tabungan haji dan umrah menjadi salah satu prioritas yang memiliki banyak peminat, syarat dan ketentuan dalam pendaftarannya hampir sama dengan bank lain yang mana tidak terlalu merumitkan nasabah. Tabungan ini menggunakan produk simpanan dengan akad bagi hasil sesuai prinsip syariah, khusus bagi calon Haji yang bertujuan untuk memenuhi

kebutuhan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH), dengan menggunakan akad Wadiah dan Mudharabah.

Haji merupakan rukun Islam yang kelima setelah syahadat, sholat, puasa, dan zakat. Ibadah haji wajib dilaksanakan bagi setiap muslim yang mampu minimal satu kali seumur hidup, sedangkan setelahnya adalah sunnah. Walaupun demikian menurut riwayat al-Baihaqi dan Ibnu Hibban dari Abu Sa'id al-Khudri, Rasulullah SAW menganjurkan bagi orang yang memiliki kemampuan biaya, fisik, dan waktu untuk melaksanakan ibadah haji sekali dalam seumur hidupnya (Budi Utomo, 2003)

Kelurahan Batu Bua merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Laung Tuhup Kota Puruk Cahu serta memiliki jumlah penduduk dengan mayoritas beragama Islam. Namun, berdasarkan hasil pengamatan peneliti pada observasi awal ditemukan permasalahan masyarakat memilih Tabungan haji di Bank Syariah Indonesia, peneliti mengamati kejadian yang ada dilapangan bahwa masyarakat kelurahan Batu Bua sekarang banyak yang berminat menabung haji di Bank Syariah Indonesia.

Bank syariah di kelurahan tersebut merupakan hal yang paling baru dikenal oleh kalangan masyarakat dari tahun-tahun sebelumnya, walaupun sebagian dari masyarakat ada yang sudah menabung di bank syariah lebih dulu. Sebelum terbentuknya bank syariah Indonesia (BSI), bank syariah mandiri (BSM) lah yang pertama berdiri di Kabupaten Barito Utara yang bisa dijangkau oleh masyarakat kelurahan Batu Bua. Kemudian, pada masa pandemi COVID-19 tepatnya pada tanggal 01 februari 2021, Bank Syariah Indonesia (BSI) diresmikan diseluruh Indonesia serta menjadikan semua cabang bank syariah di-merger menjadi Bank

Syariah Indonesia (BSI). Salah satu cabang Bank Syariah Indonesia yang didirikan yaitu KCP Muara Teweh.

Pada awalnya, hanya sedikit dari masyarakat yang berminat dan tertarik untuk membuka tabungan di bank syariah dan sebagian dari masyarakat juga membuka tabungan di kota lain seperti Palangkaraya, Banjarmasin dan sekitarnya. lalu setelah diresmikannya bank syariah Indonesia (BSI), banyak dari masyarakat yang memutuskan untuk ikut membuka tabungan di bank syariah Indonesia (BSI) di Kota Muara Teweh.

Pada masa sekarang, masyarakat mulai banyak menggunakan produk bank syariah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia makin meningkat yang paling terkenal di Kelurahan Batu Bua yaitu pembukaan tabungan haji serta migrasi tabungan bagi para nasabah yang awalnya menabung di bank syariah mandiri. Sebagian masyarakat juga banyak yang baru menjadi nasabah produk tabungan haji dan sebagian adalah nasabah yang berasal dari bank konvensional pindah tabungan haji ke Bank Syariah Indonesia setelah adanya Bank Syariah Indonesia di daerah tersebut.

Penentuan pemilihan keputusan nasabah yang terjadi pada masyarakat tidak disebabkan tanpa ada alasan yang jelas, menurut Philip Kotler dalam manajemen pemasaran, dia menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengonsumsi suatu barang dan jasa yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Adanya teori tersebut menurut peneliti dapat dijadikan dasar teori pembahasan dalam penelitian ini (Philip Kotler: 2005, 249).

Faktor budaya merupakan sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol (Pandji,2005:227). Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan dalam untuk mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Faktor budaya sendiri terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial. Status kelas sosial sering menghasilkan bentukbentuk perilaku konsumen yang berbeda misalnya merk dan model pakain yang dipakai. Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen karena seseorang cenderung akan mengikuti budaya di daerah tempat tinggalnya.

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri, baik secara formal maupun informal (Lamb, 2001:210). Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran dan status konsumen. Kelompok referensi memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung pada perilaku seseorang. Keluarga terdiri dari dua jenis dalam kehidupan pembeli, yaitu keluarga orientasi dan keluarga prokreasi. Peran dan status merupakan posisi seseorang di dalam suatu kelompok dimana dia berpartisipasi. Seseorang yang mempunyai faktor sosial lebih luas tentu akan mendapat banyak pengaruh dalam pengambilan keputusan dalam pembelian.

Faktor pribadi juga mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor pribadi meliputi usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta nilai dan gaya hidup. Karena banyak karakteristik ini memiliki

dampak sangat langsung pada perilaku konsumen, maka penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara dekat (Philip Kotler 2005:249).

Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dalam mengambil tindakan. (Lamb, 2001:210) Pilihan pembelajaran seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yaitu motivasi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Motivasi seseorang memiliki beberapa kebutuhan pada suatu waktu. Persepsi di definisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Pembelajaran menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Keyakinan adalah pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal dan sikap adalah perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberapa objek atau gagasan (Nugroho, 2003:49)

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu nasabah yang bernama bapak Basuki, alasan bapak Basuki memilih menggunakan Bank Syariah karena menurutnya sebagai seorang muslim mestinya lebih memilih Bank Syariah dibandingkan dengan Bank Konvensional apalagi untuk tabungan ibadah haji. Hal ini sejalan dengan teori Dari Philip Kotler bahwa faktor psikologi merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi pemilihan terhadap suatu hal.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan nasabah yang bernama Ibu Rohidah, menginformasikan bahwa nasabah merasa yakin dengan pilihannya pada tabungan haji di Bank Syariah Indonesia, hal ini karena banyak orang disekitar yang



juga menabung tabungan haji di Bank Syariah Indonesia. Hal ini selaras dengan teori dari Philip Kotler yang menyatakan faktor sosial merupakan salah satu faktor dalam pemilihan keputusan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji. Oleh karena itu, peneliti mengambil Judul **Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Masyarakat Di Kelurahan Batu Bua Kabupaten Murung Raya Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas, adapun yang menjadi permasalahan ini penulis mengidentifikasi fokus penelitian yang akan diteliti, sebagai berikut:

1. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia secara parsial?
2. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia secara simultan?
3. Berapa besar pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis apakah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia secara parsial
2. Mengetahui faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis apakah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia secara simultan
3. Mengetahui berapa besar pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat atau kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi penelitian berikutnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam studi yang berhubungan dengan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia.

2. Manfaat Praktisi

- a. Dapat bermanfaat bagi penulis dan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam supaya dapat mengetahui *step by step* serta dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat, dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan dan menambah literature perpustakaan dalam faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia.

- b. Hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi Bank Syariah Indonesia dalam menarik simpati masyarakat atau nasabah dalam memilih tabungan haji untuk memperluas *market share* atau pangsa pasarnya agar lebih maju sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi kualitas pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia.
- c. Hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi masyarakat dalam memilih tabungan haji yang baik dan menarik minat masyarakat yang lain untuk memilih dan menggunakan tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk memberikan kemudahan atau pemahaman dalam memahami tujuan dari bahasan penelitian, maka disini peneliti membatasi bahasan penelitian yaitu:

1. Teori Philip Kotler dalam buku manajemen pemasaran juga sesuai dengan apa yang ada pada peristiwa. Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi masyarakat Kelurahan Batu Bua Kabupaten Murung Raya dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Teweh terbagi menjadi 4 faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.
2. Menurut Ralph Linton (dalam Soerjono Soekanto, 2006: 2) Masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas dirumuskan dengan jelas. Masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat di Kelurahan Batu Bua yang menabung haji di Bank Syariah Indonesia.

3. Menurut Kotler (2016:194), Keputusan memilih adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Keputusan memilih yang dimaksud adalah keputusan dari masyarakat Kelurahan Batu Bua memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Teweh.
4. Tabungan Haji adalah produk tabungan yang bersifat khusus yang diselenggarakan oleh bank, juga sebagai simpanan untuk biaya penyelenggaraan ibadah haji. Tabungan haji disini adalah tabungan dari masyarakat Kelurahan Batu Bua yang menabung haji di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Teweh.
5. Bank Syariah berdasarkan Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum islam. Salah satu bank syariah tempat masyarakat Kelurahan Batu Bua menabung haji yaitu pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Teweh.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian terdahulu yang sangat signifikan dengan penelitian ini antara lain:

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Nama, Tahun, Judul, Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
1	Rizka Safitri Hayuningtyas. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo	Variabel bebasnya adalah faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi. Variabel terikatnya adalah keputusan nasabah	Selain perbedaan pada lokasi dan waktu penelitian, perbedaan terdapat pula pada rumusan masalah, pada penelitian Rizka Safitri hanya ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi secara umum serta faktor yang paling dominan. Sedangkan pada penelitian ini ingin mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut secara parsial dan simultan dan faktor yang paling berpengaruh.	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah tabungan haji di BRI Syariah KCP Ponorogo yaitu pertama faktor social, kedua faktor psikologi, ketiga faktor pribadi, keempat faktor budaya, dan kelima yaitu faktor motivasi
2	Hana Meinda. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.	Variabel bebasnya adalah faktor sosial, budaya, pribadi, psikologi. Variabel terikatnya adalah keputusan nasabah	Selain perbedaan pada lokasi dan waktu penelitian, perbedaan terdapat pula pada rumusan masalah, pada penelitian Hana Meinda hanya ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah secara	Semua faktor berpengaruh dalam keputusan nasabah, namun ada faktor yang paling dominan yaitu Faktor Psikologis Dan Faktor Sosial. Persentase Nilai R Square sebesar 0,961 menunjukkan 96,1%, sedangkan sisanya sebesar (100%-96,1%=3,9%)

			<p>umum serta faktor yang paling dominan. Sedangkan pada penelitian ini ingin mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut secara parsial dan simultan dan faktor yang paling berpengaruh.</p>	<p>dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.</p>
--	--	--	--	--

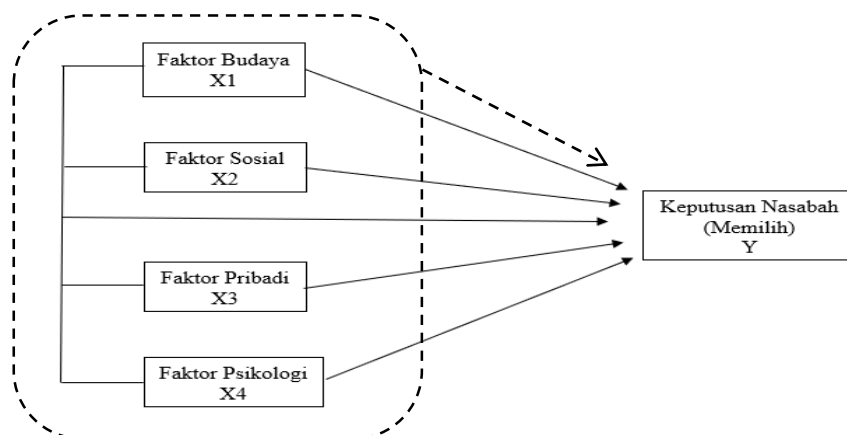
*Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2022*

### G. Kerangka Pemikiran

Menurut Philip Kotler dalam manajemen pemasaran, dia menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengomsumsi suatu barang dan jasa yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dijelaskan melalui gambar dibawah ini:

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Gambar Diolah, 2022*

**Keterangan:**

-----> : Pengaruh Simultan

————> : Pengaruh Parsial

**H. Hubungan Antar Variabel**

## a. Hubungan Budaya Dengan Keputusan Nasabah

Menurut Hana Meinda dalam penelitiannya menjelaskan faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, sub-budaya dan kelas sosial (Meinda 2019,13).

## b. Hubungan Sosial Dengan Keputusan Nasabah

Menurut Dian Puspitarini faktor sosial merupakan intraksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama. Dengan itu diharapkan akan memberi pengaruh terhadap keputusan nasabah.

## c. Hubungan Pribadi Dengan Keputusan Nasabah

Faktor pribadi merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan (Arikunto 2022).

## d. Hubungan Psikologi Dengan Keputusan Nasabah

Faktor Psikologis adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan proses keluarga dan kepribadiannya. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Sikap

dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh daurhidup (Fitriyani 2016).

## **I. Hipotesis**

Dengan melihat semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan, maka bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut, terutama dalam pengambilan keputusan. hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha1 : Faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji bank syariah Indonesia.

Ho1 : Faktor budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji bank syariah Indonesia.

Ha2 : Faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji bank syariah Indonesia.

Ho2 : Faktor sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji bank syariah Indonesia.

Ha3 : Faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap masyarakat dalam memilih tabungan haji bank syariah Indonesia.

Ho3 : Faktor pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap masyarakat dalam memilih tabungan haji bank syariah Indonesia.

Ha4 : Faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji bank syariah Indonesia.



Ho4 : Faktor psikologis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji bank syariah Indonesia.

Ha5 : Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis besar pengaruhnya terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia

Ho5 : Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia.

#### **J. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan adalah rangkaian pembahasan yang mencakup isi penelitian dalam bab demi bab yang saling berhubungan antara bab I dan seterusnya. Sistematika penulisan antara lain:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, dan penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II yaitu landasan teori yang berisi tentang teori tentang masyarakat, mengenai keputusan nasabah (memilih), mengenai tabungan haji, dan Bank Syariah, operasional variabel penelitian, kajian teori dan kerangka pikir.

Bab III yaitu metode penelitian, disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, dan metode analisis.

Bab IV yaitu penyajian data dan analisis, disajikan hasil penelitian dan pembahasan atau analisis yang telah dilakukan yaitu faktor-faktor yang

memengaruhi masyarakat kelurahan Batu Bua Kabupaten Murung Raya memilih tabungan haji di Bank Syariah Indonesia.

Bab V yaitu penutup, bab terakhir yang mengungkapkan kesimpulan dan Rekomendasi dalam sebuah penelitian.