

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa faktor *financial wellbeing* dan religiusitas memiliki pengaruh yang penting dalam membentuk perilaku menabung pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia. *Financial wellbeing* terbukti berperan dalam meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank, sedangkan religiusitas berperan langsung dalam mendorong niat menabung tanpa harus melalui variabel kepercayaan. Sementara itu, variabel kepercayaan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat menabung, sehingga tidak berfungsi sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa niat menabung untuk haji lebih banyak dipengaruhi oleh kondisi finansial yang baik serta tingkat religiusitas individu, dibandingkan dengan faktor kepercayaan kepada bank. Hal ini menegaskan pentingnya peran kesiapan finansial dan motivasi religius dalam perencanaan ibadah haji, serta memberikan gambaran bagi pihak perbankan syariah untuk lebih menekankan aspek edukasi keuangan dan nilai spiritual dalam strategi pemasaran produk tabungan haji.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis hanya dilakukan pada wilayah Kota Payakumbuh dengan jumlah responden sebanyak 120 orang, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi untuk populasi lain di

daerah berbeda. Selain itu, Penelitian hanya menggunakan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Padahal, ada kemungkinan variabel lain seperti kemudahan, manfaat, atau niat religius yang bisa memperkuat hubungan antarvariabel. Dan seluruh data dikumpulkan melalui kuesioner dengan pendekatan kuantitatif, tanpa wawancara atau studi kualitatif yang dapat menggali alasan di balik pilihan responden. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini tetap memerlukan validasi lebih lanjut dalam skala yang lebih besar dan lebih beragam.

C. Saran

1. Bagi Pihak Bank Muamalat Indonesia

Hasil penelitian ini memberikan masukan kepada Bank Muamalat Indonesia sebaiknya mulai memperkuat strategi pemasarannya dengan menasar segmen masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas tinggi dan kemampuan mengelola keuangan dengan baik. Misalnya, dengan mengadakan seminar atau pelatihan keuangan syariah yang tidak hanya membahas soal produk tabungan, tapi juga mengaitkannya dengan nilai ibadah dan tujuan spiritual. Selain itu, pendekatan personal juga penting dilakukan, terutama bagi calon nasabah yang mungkin belum terlalu kuat secara finansial. Bank bisa mengembangkan produk tabungan haji yang lebih fleksibel dan menyesuaikan dengan kemampuan keuangan masing-masing individu, agar lebih mudah dijangkau oleh semua kalangan. Di sisi lain, karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan saja belum cukup mendorong niat menabung, maka Bank juga perlu menonjolkan

manfaat nyata dari produk yang ditawarkan. Misalnya, dengan menambahkan fitur seperti kemudahan proses pendaftaran haji, pengingat rutin untuk menabung, dan integrasi layanan keuangan syariah lainnya agar nasabah merasa lebih yakin dan terbantu dalam mencapai tujuan ibadahnya melalui tabungan haji.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas wilayah kajian agar hasilnya lebih luas terhadap populasi. Dan menambahkan variabel lain seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, atau pengaruh sosial yang mungkin berperan signifikan dalam membentuk niat menabung. Penelitian lanjutan dapat memperdalam analisis berdasarkan usia dan penghasilan, karena temuan ini dapat menggambarkan perbedaan motivasi menabung pada berbagai kelompok masyarakat. Penggunaan mixed methods juga dapat memberikan pemahaman dengan penggunaan wawancara atau observasi selain kuesioner dapat memperluas pemahaman mendalam mengenai motivasi dan persepsi nasabah terhadap produk tabungan haji syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- A Maulidizen, “Dampak Ekonomi Bank Dan Nasabah Dari Aplikasi Dana Talangan Haji Pada Bank Mega Syariah Cabang Pekanbaru,” *Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018): 47–68.
- Adha, M. A. 2024. *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kemudahan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online Syariah (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)*.
- Alma’amun, S., Rahman, A. A., & Yusoff, M. E. (2019). *Religiosity and intention to perform Hajj among Malaysian Muslims: An application of the theory of planned behavior*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(4), 509–528.
- Amalia, E., & Rani, L. N. (2020). *The Role of Religiosity in Muslim Consumer Behavior towards Islamic Banking Products*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 78–89.
- Amalia, R., & Saputra, M. (2019). *Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Finansial Mahasiswa Muslim*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Andriani, R., Permana, A., & Putri, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Literasi Keuangan, dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital Dana. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 45–57. <https://www.indointellectual.id/index.php/ifi/article/view/2780>
- Bambang S, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Depublish, 2022).
- Basuki, Zainal Abidin, and Kusnul Yatima, *Zakat Bagi Kesejahteraan Ummat* (Tanjung Jabung Timur: Zabags Qu Publish, 2023).
- Brüggen, E. C., Hogreve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., & Löfgren, M. (2017). *Financial well-being: A conceptualization and research agenda*. *Journal of Business Research*, 79, 228–237.
- Consumer Financial Protection Bureau: *Measuring Financial Well-Being*, 2015
- D Haryati, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).

- Darmawan, B. (2018). *Sejarah berdirinya Muamalat, bank syariah pertama di Indonesia*. Ekonomi-Islam.Com. <https://ekonomi-islam.com/sejarah-berdirinya-muamalat-bank-syariah-pertama-di-indonesia/>
- DataIndonesia.id. (2022, Mei). *Survei: Mayoritas Masyarakat Indonesia Anggap Dirinya Religius*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/varia/detail/survei-mayoritas-masyarakat-indonesia-anggap-dirinya-religius>
- F. D Tyasari, “Pengaruh Religiusitas Dan Etiks Kerja Islam Terhadap Motivasi Kerja,” *Modrenisasi* 8, no. 3 (2012): 206–32.
- Farida, N., & Prasetyo, A. (2020). *Analisis Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan, dan Pendapatan terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(1), 45–58. <https://doi.org/10.21580/jebi.2020.6.1.5125>
- Fatimah Setiani dkk, “Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Belajar Anak,” *Jurnal Paedagogie* 5, No. 2 (2017): 112-113
- Fatimah, N., & Haryono, T. (2020). *Pengaruh Financial Well-Being terhadap Kepercayaan Nasabah pada Lembaga Keuangan Syariah*. Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah, 4(2), 102–115.
- Firmansyah, R., & Fauzi, A. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.21043/jes.v8i1.6789>
- Ghozali and Latan, *Partial Least Squares Konsep. Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Hakim, L., & Lubis, M. (2020). *Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Produk Bank Syariah*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, 5(2), 112–123.
- Halim, R. E., & Ekawati, N. W. (2019). *Pengaruh Trust terhadap Niat Menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 7(2), 98–107.
- I Ajzen, “The Theory of Planned Behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211, [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

- I Khotimah, “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Dalam Transaksi Online” (Universitas Negeri Semarang, 2013).
- Imam Al-Ghazali, *Ihya’ Ulumuddin*, (Jakarta:Republika Penerbit), 299.
- Imam Ghozali and Hengky Latan, *Partial Least Squares Konsep. Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP 4, no. 1, 2015).
- Imam Nawawi, Syarah Arba’in Nawawiyah Petunjuk Rasulullah dalam Mengarungi Kehidupan (Jakarta: Akbar Media), 7
- J Winardi, *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada., 2011).
- Jing Jian Xiao, *Consumer Economic Wellbeing* (New York: Springer New York, 2015).
- Katadata, “98,1% Penduduk Di Kota Payakumbuh Beragama Islam,” 2024.
- Khoiriyah Ilfita and C. Canggih, “The Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception of Saving Students’ Interest in Sharia Banks,” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* 3, no. 2 (2021): 113–34, <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>.
- Laucereno, S. F. (2018, Februari 22). *Perjalanan Muamalat, Bank Syariah tertua di Indonesia*. Detik Finance. <https://finance.detik.com/moneter/d-3879672/perjalanan-muamalat-bank-syariah-tertua-di-indonesia>
- Lilia Pasca Riani et al., *Literasi Keuangan Kaum Millenial* (Malang: Media Nusa Creative, 2023).
- M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran* (PT. Raja Grafindo Persada).
- Mahdzan, N. S., Zainudin, R., & Au, S. N. (2017). *The impact of financial literacy on individual saving: An exploratory study in the Malaysian context*. *Transformations in Business & Economics*, 16(1), 117–130.
- Marko Sarstedt, Christian M Ringle, and Joseph F Hair, “Handbook of Market Research,” 2020.
- Mukhibad, H., & Purnama, B. E. (2018). *Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung melalui Trust di Bank Syariah*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(1), 125–137.

- Nanda, S., & Tyas, A. E. (2021). *Pengaruh Financial Wellbeing terhadap Loyalitas dengan Trust sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Keuangan Syariah*, 9(2), 102–114.
- Nanda, S., & Tyas, A. E. (2021). *Pengaruh Financial Wellbeing terhadap Trust dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 9(2), 102–114.
- Nurjannah, “Lima Pilar Rukun Islam Sebagai Pembentuk Kepribadian Muslim,” *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 11, no. 1 (2014): 37–52.
- Nurul Inayah, “Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal AtTawassuth* 2, no. 1 (2017): 20.
- OpenWay Asia. (2017, December 14). *Indonesia goes chip with OpenWay*. OpenWay Group. <https://openwaygroup.com/new-blog/2018/4/16/indonesia-goes-chip-with-openway>
- P Astuty and U Umiyati, “Influence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of The People As Moderator Variable (Case Study on The People of South Tangerang City),” *Ikonomika* 3, no. 1 (2018): 1, <https://doi.org/10.24042/febi.v3i1.2229>.
- Pangestika Chandra Dewi, Umi Widyastuti, & Muhammad Yusuf, *Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Sikap terhadap Niat Menabung Mahasiswa Pendidikan di Jabodetabek*, *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, Vol. 3 No. 3 (2022), <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/31680>.
- PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. 2016. *Annual Report 2015 – Embracing Change, Energizing Growth*. Laporan Tahunan 2015.
- Putri, A. D., & Meutia, I. (2020). *Pengaruh Financial Well-being terhadap Niat Menabung Mahasiswa di Banda Aceh*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(2), 112–120.
- Putri, A. P., & Dewi, R. K. (2019). *Pengaruh Financial Well-Being terhadap Niat Menabung Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 145–158.
- Putri, A., & Hidayat, R. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Kondisi Keuangan terhadap Keputusan Menabung di Bank*

- Syariah. Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 112–123.
<https://doi.org/10.33087/jmb.v9i2.245>
- R Cooper, “The Millennial Generation: Research Review,” National Chamber Foundation, 2011,
<https://www.uschamberfoundation.org/reports/millennial-generation-research-review>.
- Rafika Widya Nugrahaeni, “BAB II”, diakses 29 April 2021.
<http://repository.unika.ac.id/11107/3/11.30.0028%20Rafika%20Widya%20Nugrahaeni%20BAB%20II.pdf>
- Rahmantyo, E. T. (2023). *Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Islam, dan Kepercayaan terhadap Purchase Intention Produk Tabungan Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Muslim Usia Muda di Jakarta)*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10642792>
- Rahmat, “Meraih Cita-Cita” Academia.edu, diakses 29 April 2021,
https://www.academia.edu/15456124/Meraih_Cita_Cita : 2
- RRI, “Jemaah Haji Indonesia 2024 Catatkan Kuota Dan Serapan Tertinggi,” 2024,
<https://www.rri.co.id/info-haji/752074/jemaah-haji-indonesia-2024-catatkan-kuota-dan-serapan-tertinggi>.
- S Nurjannah, “Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Perilaku Disiplin Remaja Man Sawit” (UIN Syarif Hidayatullah, 2014).
- Saad, R. A. J., & Haniffa, R. (2016). *Determinants of Islamic social reporting: Evidence from Malaysian Shariah-compliant companies*. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 7(1), 41–71.
- Sari, N. A., & Yulianti, E. (2021). *Pengaruh Religiusitas terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Perbankan, 9(1), 60–72.
- Siswanto and Agus Sucipto, *Teori Dan Perilaku Organisasi* (Malang: UIN Malang Press, 2012).
- Siti Khulaimah, “Konsep Niat dan Pengaruhnya Terhadap Minat Pembelajaran,” diakses 3 Mei 2021 https://www.academia.edu/32216726/Konsep_Niat_Dan_Pengaruhnya_Terdapat_Motivasi_Pembelajaran
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

- Suhendry, W. (2020). Minat Penggunaan Ovo Di Kota Pontianak Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 1–12.
- Sulistiyowati, R., & Nugroho, T. (2021). *Peran Mediasi Trust dalam Hubungan Financial Wellbeing dan Behavioral Intention*. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*.
- Tambunan, A. (2021, November). *Visi Bank Muamalat untuk umat dan bangsa*. Kumparan. <https://kumparan.com/amirsyah-tambunan/visi-bank-muamalat-untuk-umat-dan-bangsa-1xHn1apF8kg>
- T Antarwiyati, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Transaksi Online” (Universitas Diponegoro, 2010).
- Thouless. 1992. *Pengantar Psikologi Agama* (Jakarta: Rajawali Pers).
- Venkatesh, V., Y.L, J., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.
- “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah”.
- Yudiantara, I Gede Agus Pertama. 2014. Analisis Penelitian Niat Perilaku Dan Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Berbasis Teknologi Di Hotel (Sebuah Kajian Literatur). *Jurnal Ilmiah Akutansi Dan Humanika Jinah*, 4(1), p. 1380–1392.
- Yulianti, E., & Silvy, S. (2020). *Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 45–53.
- Zuhirsyan, Muhammad dan Nurlinda. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 9, No. 1, hal. 55–67.