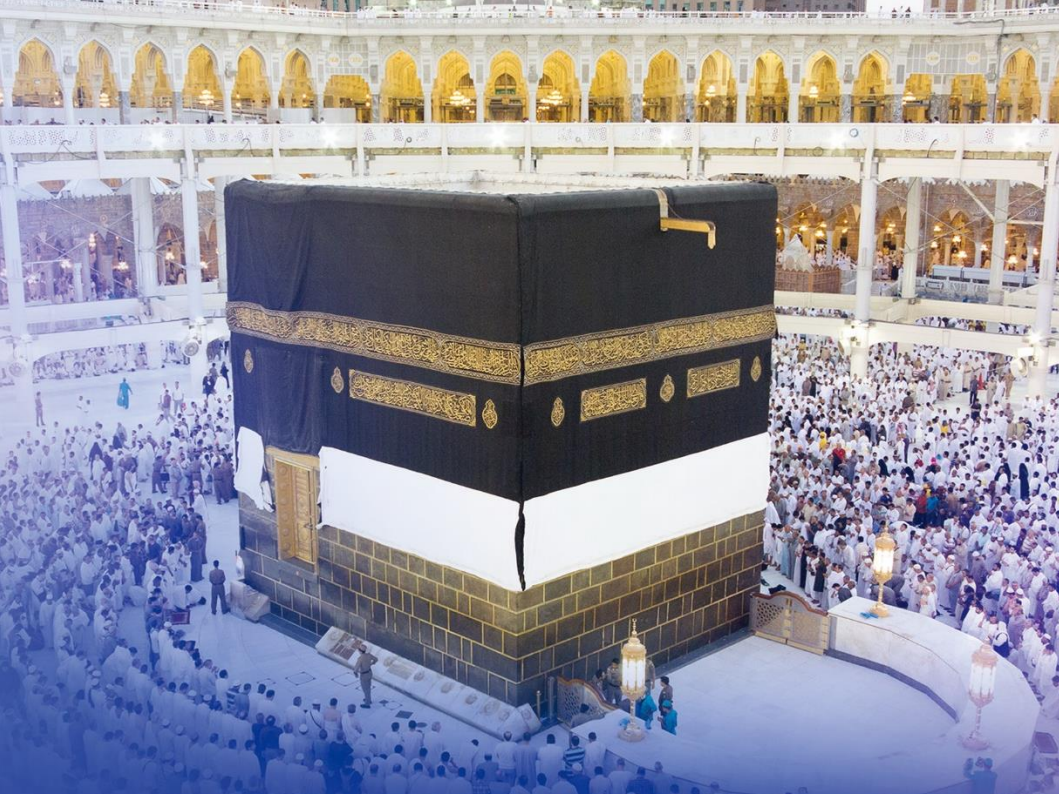




WAITING LIST HAJI DAN CITRA MERK

*Peran Religiusitas Terhadap Minat
Tabungan Haji Bank Syariah*

Umiyati, S.E.I., M.Si. | Ivalaili, M.I.E. | Siti Alifah Syahbilqis, S.E.

EDITOR:

Vico Luthfi Ipmawan, S.Pd., M.Sc.

Waiting List Haji Dan Citra Merk

**Peran Religiusitas Terhadap Minat Tabungan
Haji Bank Syariah**

PENULIS:

Umiyati, S.E.I., M.Si.

Ivalaili, M.I.E.

Siti Alifah Syahbilqis, S.E.

PENERBIT KBM INDONESIA

PENERBIT KBM INDONESIA

adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

WAITING LIST HAJI DAN CITRA MERK

Peran Religiusitas Terhadap Minat Tabungan

Haji Bank Syariah

Copyright @2025 By Umiyati, S.E.I., M.Si., Dkk.

All right reserved

Penulis

Umiyati, S.E.I., M.Si.

Ivalaili, M.I.E.

Siti Alifah Syahbilqis, S.E.

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

AtikaNS

Editor

Vico Luthfi Ipmawan, S.Pd., M.Sc.

Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-202-252-8

Cetakan ke-1, April 2025

14 x 21 cm, vi + 92 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-
Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- iii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- iv. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan buku ini. Buku ini membahas tentang Peran Religiusitas dalam Memediasi Pengaruh *Waiting List* Haji dan Citra Merek Bank Syariah Terhadap Minat Generasi Milenial Pada Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia (BSI).

Adanya *waiting list* haji yang panjang membuat masyarakat cemas karena menunggu waktu keberangkatan yang sangat lama, maka dari itu Tabungan Haji Bank Syariah dapat menjadi sarana untuk merencanakan keuangan agar dapat menabung untuk berangkat haji sejak muda. Peran Religiusitas berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara *waiting list* haji dan minat pada produk tabungan haji. Tingkat religiusitas yang tinggi dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan produk tabungan haji sebagai bentuk dukungan terhadap nilai-nilai keagamaan yang dipegangnya.

Religiusitas sebetulnya tidak memiliki peran dalam memediasi hubungan *waiting list* haji terhadap minat pada produk tabungan haji, namun religiusitas memiliki peran dalam memediasi hubungan antara citra merek Bank Syariah

dan minat nasabah dengan memperkuat keyakinan bahwa produk tabungan haji sesuai dengan prinsip syariah. Sehingga waiting list haji masih menjadi masalah utama dalam penyelenggaraan ibadah Haji di Kementerian Agama yang harus diselesaikan, karena meskipun nasabah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, keputusan mereka untuk menabung lebih dipengaruhi oleh faktor pragmatis, seperti lamanya waktu tunggu, bukan oleh motivasi religiusitas, kemudian motivasi finansial dan administratif yang terkait dengan waiting list lebih dominan dari motivasi religiusitas dalam mempengaruhi minat nasabah. Dalam proses penulisan buku ini, kami telah mendapatkan saran perbaikan demi penyempurnaan penulisan buku, dengan beberapa keterbatasan kami sangat terbuka untuk dikritisi. Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak atas dukungan finansial dan non finansial hingga seluruh proses penulisan buku ini dapat selesai dengan baik. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi dan bermanfaat para pembaca masyarakat umum dan khususnya Bank Syariah serta Direktorat Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kementerian Agama Republik Indonesia.

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
PROLOG	1
PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM MERENCANAKAN IBADAH HAJI	15
A. Perilaku Konsumen	15
B. <i>Waiting List</i> Haji	19
C. Citra Merek	20
D. Religiusitas	25
E. Minat	28
F. Tabungan Haji	30
PERAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT TABUNG HAJI BANK SYARIAH	49
A. <i>Waiting List</i> Haji dan Minat Pada Produk Tabungan Haji Masyarakat Indonesia	49
B. Citra Dan Minat pada Produk Tabungan Haji	50
C. <i>Waiting List</i> Haji dan Religiusitas	51
D. Citra Merek dan Religiusitas	52
E. Religiusitas dan Minat pada pada Produk Tabungan Haji	53

F. Kaitan Waiting List Haji dengan Minat pada Produk Tabungan Haji melalui Religiusitas Masyarakat-----	54
G. Kaitan Citra Merek dengan Minat pada Produk Tabungan Haji melalui Religiusitas -----	55
EPILOG -----	59
DAFTAR PUSTAKA -----	65
LAMPIRAN -----	75
PROFIL PENULIS-----	89

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Waktu tunggu haji di Indonesia berdasarkan provinsi per Juli 2023.....2

Tabel 1. 2 Waktu tunggu haji di Indonesia berdasarkan provinsi per Juli 2023.....3

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Total Kuota Jemaah Haji 1999-2023.....	4
Gambar 1. 2 Data Penduduk Berdasarkan Agama di Kota Tangerang Selatan (2023).....	7
Gambar 1. 3 Data Penduduk Berdasarkan Agama di Kota Tangerang Selatan (2023).....	8

Daftar Pustaka

- Abdillah, W. dan J. Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto Hartono. (2014). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta : Andi
- Aisyah, Muniaty 2014. The Influence of Religious Behavior on Consumers' Intention to Purchase Halal-Labeled Products, *Business and Entrepreneurial Review*, 14 (1): 15-32.
- Amalia, R., & Setyono, J. (2023). Determinants Of Hajj Saving Intention At Bank Syariah Indonesia. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 4(1), 35–50. <https://doi.org/10.46367/jps.v4i1.1035>
- Ancok, J ,2004,,*Psikologi Terapan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Astuty, P., & Umiyati, U. (2018). 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(1), 1. <https://doi.org/10.24042/febi.v3i1.2229>
- Arikunto S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

- Casriyanti. (2020). Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Mu'amalah Dan Ekonomi Syari'ah*, 2(1), 52–70.
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling Yuliana. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 65–75.
- CNBC Indonesia. (2023). Sempat Eror, BSI Perpanjang Pelunasan Biaya Haji! Catat Ya. Diakses pada tanggal ... dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230512060245-17-436694/sempat-eror-bsi-perpanjang-pelunasan-biaya-haji-catat-ya>
- Daulay, Aqwa Naser. (2017). Faktor-Faktor yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Human Falah*; FEB UIN Sumatra Utara Volume 4 No. 1 Januari - Juni 2017 ISSN 2407-7119 (print) | ISSN 2527-6646 (online)
- Dewi. (2018). Pengaruh Pendapatan, Religiustas dan Daftar Tunggu Haji Terhadap Minat Santri Untuk Menabung Tabungan Haji dengan Pendekatan Theory of Planned Behaviour (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Wahid Hasyim Condong Catur Sleman Yogyakarta)
- Efendi, N., Lubis, T., & Ginting, S, (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*. 28 (02), 197-215. <http://dx.doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Ermawati. 2018. *Analisis Dampak Implementasi Produk Tabungan Haji Mabrur Terhadap Waiting List Ibadah Haji*. Skripsi. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN RadenIntan Lampung.Hal 83

- Farhanah, N. (2016). Problematika Waiting List Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Indonesia. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 12(1), 67–69.
- Fakriza,Ridwan Nurdin (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Boikot Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada Kfc Banda Aceh.*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1),206-216
- Fitri, A. C. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Pendapatan, Motivasi, Dan Daftar Tunggu Haji Terhadap Minat Menabung Tabungan Haji Pada Perbankan Syariah. *Perbankan Syariah*.
- Fitri, A. C.& Kholis Nur (2023). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Pendapatan, Motivasi, Dan Daftar Tunggu Haji Terhadap Minat Menabung Tabungan Haji Pada Perbankan Syariah. Perbankan Syariah. The 4th International Conference of the Postgraduate Students and Academics in Syariah and Law 2023 (INPAC 2023) “Syariah and Law Studies in Facing the Contemporary Challenges”
- Finaka, A. W. (2021). Usia Muda Dominasi Penduduk Indonesia. Indonesiabaik.Id. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023 dari <https://indonesiabaik.id/infografis/usia-muda-dominasi-penduduk-indonesia>
- Ghozali & Latan. (2015). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 ed. 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ilfita, Khoiriyah., Canggih, C. (2021). the Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception of Saving Students’ Interest in Sharia Banks. Indonesian Interdisciplinary. *Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 3(2), 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>
- Halili, R.D.D., Hinanay, K.G.M., Mergillano, M.R.A., Nabor, B.G.C., & Grimaldo, J.R.. (2022). Elements of

- Online Advertisements: Its Impact on Late Generation Z ' s Purchase Intention. *Journal*
- Harnianda, A., &Ekowati, V. (2023). The Effect of ProductQuality, Brand Image, and Promotion on Customer Satification of Bank Syariah Indonesia Malang Branch. *Journal of Economis, Finance and Management Studies*, 6(2), 829-840. <http://doi.org/10.47191/jefms/v6-i2-27>
- Hartono, J & Abdillah W. (2014). *Part Least Square-Alternatif Struktural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hasanah, F (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas , Pengetahuan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang pada Bank Syariah. *Balance Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), 485-495. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Huda. Badriyatul, Astuti. Dwiki, Dimiyati. Dadang, Pirous. Haekal (2022). Pengaruh Citra Merek, Periklanan dan Persepsi terhadap Minat Menabung Nasabah Tabungan Mabrur di bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek. *Jurnal DIMAMU*, 1(3) Agustus 2022, Hal 313-323, E-ISSN 2809 - 2228 Diakses pada tanggal ... dari <https://www.Bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-berangkatkan-83-jamaah-haji-indonesia-tahun-2024>
- Hair et. al,. (2013). A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLSSEM)
- Haryono, S. (2016). Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel Pls. In Pt. *Intermedia Personlia Utama* (Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>

- Indriantoro, dan Supomo. “*Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi Keuangan*”, Edisi Pertama, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta, 2002.
- Jauhariyah, N.A., Munawar, A., Mahmudah, M.. (2020). Strategi Pemasaran Syariah Dan Waiting List Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada PT BRISyariah KCP Genteng Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Sharia Economics*. <https://doi.org/10.35896/jse.v2i1.61>
- Khairunnisa, Rizki. (2020). Urgensi Sosialisasi Pendaftaran Ibadah Haji Diusia Muda Sebagai Upaya Pemerintah Menghadapi Waiting List Haji Di Indonesia. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* Volume 5 Nomo 1, 2020, 75-86 ISSN: 2023-2014
- Kementrian Agama RI. (2012). Peraturan Menteri Agama Nomor 14 Tahun 2012 tentang *Penyelenggaraan Ibadah Haji*.
- Kementrian Agama RI. (2020). Keputusan Driektur Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah Nomor 143 Tahun 2020.
- Kementrian Agama RI. (2023). Daftar Tunggu Haji Kemenag. Diakses pada tanggal ... dari <https://haji.kemenag.go.id/v5/>
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik. *Jmm*17, 5(01). <https://doi.org/10.30996/jmm17.v5i01.1712>
- Kompas, T. I. (2023). Kuota Haji Indonesia Terbanyak daripada Negara Lain. Kompas. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023 dari <https://www.kompas.id>

/baca/kompas_multimedia/kuota-haji-indonesia-
terbanyak-daripada-negara-lain

- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M.(2021). Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Mnat Menabung di Bank Syariah : Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 127-136.
- Maholtra, K. Naresh.(2009). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif-Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Maryanto, M., Indartono.S.,&Efendi.R(2022). The Effect of Social Environment and Religiosity on Student's Interest in Saving in Islamic Banks, *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. 9(3), 24-30.
- Mubarak,Z (2022) Pengaruh Brand Image dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3). 2875. <https://doi.org/10.290440/jiei.v8i3.6076>
- Mustafa, Zainal EQ dan Tony Wijaya. (2012). *Panduan Teknik Statistik SEM dan PLS dengan SPSS Amos*, Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Pamilih, Isnaeni R. W. (2020). Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Rachmawati, SiskaDwi; Andjarwati, Anik Lestari.(2020) Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap

- Keputusan Pembelian, *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, [S.l.], v.7,p.25-29,apr.2020.ISSN 2685-3523.
<https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Riduwan, Engkos Achmad Kuncoro. (2008). “*Cara menggunakan dan memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*”. cetakan kedua, Bandung:Alfabeta
- Riyadi, S. (2019). Influence between Banking Service Quality and Brand Image Against Customer Relationship and Loyalty in Sharia Bank. *European Studies Journal*.xx11 (3), 322-342.
- Rokhani , S., 7 Nukhin .A. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi . *Business and Accounting Education Journal*, 2(2), 221-229.
<https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan , Kualitas Pelayanan, Produk , dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 2018, 136-147 Pengaruh, 4(02), 136–147.
- Salhab, A.N., Amarneh, A., Aljabaly, M., Zoubi, M.M., & Mohammed, D. (2023). The impact of social media marketing on purchase intention: The mediating role of brand trust and image. *International Journal of Data and Network Science*. 7, 591-600. . <http://dx.doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.3.012>
- Setiawan, S. (2021). Tutorial: Analisa Parsial Model Persamaan Struktural dengan Software SMART-PLS Versi 3 (Edisi Kedua)
- Septia, S., & Hayati, A. (2023). Determinasi Minat Generasi Z Terhadap Tabungan Haji. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*

Islami Volume XIII No 2, XIII(2), 72–85.

- Septiani, E., Mulyadi, M., & Serip, S. (2021). Analisis Kepercayaan Generasi Milenial Terhadap Lembaga Keuangan Syariah. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(2), 147–160. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.163>
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sidharta, R.B.F.I., SariN.L.A,&Suwandha, W. (2018). Purchase Intention Pada Produk Bank Syariah Ditinjau dari Brand Awareness dan Brand Image Dengan Trust sebagai Variabel Mediasi. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3),526-578
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Suprihati, Sumadi & Tho'in Muhammad (2021) Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 2021, 443-450. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Sikapiuangmu.ojk.go.id. (n.d.). GENERASI MUDA SEHAT FINANSIAL? BISA! 2022. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023 dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40776>
- Sukandarrumidi. (2006), *Metodologi Penelitian*, Cetakan ketiga, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tilaar, F., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe Secara Online Pada Anggota Pemuda Gmim Zaitun Mahakeret. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2028–2037.

- Trimulato, Wahyu, F., & Efendi, A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bsi Kcp Pettarani Makassar. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, 1(2), 97-108.
- Retrieved from <https://jurnal.faperta-unras.ac.id/index.php/JUREKMA/article/view/197>
- Tirtayasa, S., Jufrizen., Pirari, S.W., & Sari, M. (2021). E-Satisfaction and ELoyalty: The Role of Brand Image and E-Trust. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 8 (01),1-26.
- <http://dx.doi.org/10.24034/j25484024.y2024.v8i1.5677>
- Tristanto, T. A., & Hurriyati, R. (2023). AIDA Model as a Marketing Strategy to Influence Consumer Buying Interest in the Digital Age. Budapest International Research and Critics Institute-*Journal (BIRCI-Journal)*, 1996, 12575–12586. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.3319>
- Umum, P. (2023). Generasi Z dan Teknologi: Penggunaan Media Sosial dan Pengaruh Teknologi. Kumparan. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023 dari <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/generasi-z-dan-teknologi-penggunaan-media-sosial-dan-pengaruh-teknologi-20gKHutj0RI/4>
- Uly, Y.A., & Pratama, A.M. (2023). Sederet Fakta Terkait Layanan BSI “Error” Berhari-hari. Money Kompas. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023 dari <https://money.kompas.com/read/2023/05/11/091000426/sederet-fakta-terkait-layanan-bsi-error-berhari-hari?page=all#:~:text=Editor&text=JAKARTA%2C>
- Widyawati H.S(2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah dan Religiusitas, terhadap minat menjadi Nasabah Bank

- Syariah di Kota Kediri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1)64-83.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>
- Zulfikar, F. (2023). 10 Negara dengan Penduduk Muslim Terbanyak di Dunia, Indonesia Pertama? Detik Edu. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023 dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6510599/10-negara-dengan-penduduk-muslim-terbanyak-di-dunia-indonesia-pertama>

Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kriteria Responden :

1. Generasi dengan rentang umur 24 – 44 tahun
2. Responden berada di wilayah Kota Tangerang Selatan
3. Responden mempunyai penghasilan
4. Belum memiliki tabungan haji

Identitas Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
 - Laki – laki
 - Perempuan
3. Umur
 - 24 – 30
 - 31 – 35
 - 36 – 40
 - 41 – 44
4. Domisi Tempat Tinggal
 - Ciputat
 - Ciputat Timur
 - Pondok Aren

- Pamulang
 - Serpong
 - Serpong Utara
 - Setu
5. Penghasilan
 - < Rp. 500.000
 - Rp. 500.000 – Rp.1.000.000
 - Rp. 1.000 – Rp. 2.000.000
 - Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000
 - > Rp. 5.000.0000
 6. Apakah anda sudah memiliki tabungan haji ?
 - Sudah (tidak dilanjutkan)
 - Belum (Lanjutkan)
 7. Apakah anda sudah pernah melaksanakan ibadah Umrah?
 - Sudah
 - Belum
 8. Bagaimana pendapat anda mengenai citra Bank Syariah Indonesia ?
 - Citra Bank BSI di masyarakat sudah baik
 - Citra Bank BSI di masyarakat belum baik
 9. Sebutkan Alasan anda jika Citra Perusahaan Belum Baik.....
 10. Bagaimana pendapat anda mengenai waiting list haji (masa tunggu haji) ?
 - Sangat Lama
 - Cukup Lama
 - Sedang
 - Cepat
 11. Dengan waiting list haji yang lama, apakah anda memilih haji atau umrah terlebih dahulu?
 - Haji
 - Umrah

12. Alasan jika memilih Umrah terlebih dahulu
 - Biaya haji mahal
 - Waiting list haji cukup lama
 - Belum siap secara batin
13. Menurut anda dengan waiting list haji yang lama, merupakan salah satu faktor menguji kesabaran dan keimanan kita dalam menunggu panggilan Allah SWT untuk beribadah Haji di tanah suci?
 - Ya
 - Tidak
14. Jika Jawaban anda TIDAK, mohon jelaskan Jawaban anda...
15. Mohon tuliskan Saran Anda terhadap waiting list haji yang saat ini yang dikelola oleh Kementerian Agama RI..... (Pertanyaan Tidak Wajib)

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada setiap pertanyaann, telah disediakan lima (5) point skala di sampingnya dengan keterangan sebagai berikut:

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No	Item Pernyataan	Skala				
		STS	TS	CS	S	SS
Waiting list Haji (X1)						
1	Kuota haji di daerah saya tidak terlalu banyak yang membuat saya berniat untuk mendaftarkan haji lebih awal					
2	Saya ingin membuka tabungan haji karena biaya haji begitu mahal					
3	Saya berencana membuka tabungan haji di BSI karena setoran awalnya sangat terjangkau					
4	Saya ingin membuka tabungan haji sejak dini karena melihat lama antrian yang semakin panjang					
5	Saya khawatir jika tidak membuka tabungan haji secepatnya akan menunggu keberangkatan sampai puluhan tahun					
Citra Merk (X2)						
1	Saya merasa dalam menggunakan produk dan layanan BSI tidak mempunyai persyaratan sulit					
2	BSI memiliki citra positif dibenak nasabah yang					

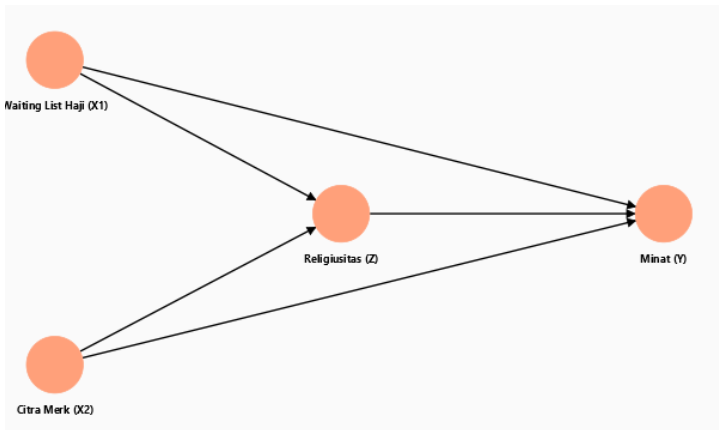
	berbeda dengan bank syariah lainnya					
3	Menurut saya jaringan kantor serta ATM BSI sudah memadai dan mudah dijangkau					
4	Saya merasa BSI memiliki reputasi merek yang positif dibenak masyarakat, karena selalu mengutamakan kepuasan nasabah					
5	Saya merasa BSI memiliki ciri khas syariah tersendiri dibanding bank syariah lainnya					
6	Saya merasa desain logo BSI menggambarkan unsur islami dan mudah diingat					
Minat (Y)						
1	Saya menyimak dengan baik saat ada informasi mengenai Produk Tabungan Haji BSI					
2	Saya memperhatikan informasi terkait operasional BSI yang sesuai prinsip dan syariat Islam					
3	Saya ingin mencari informasi tentang produk Tabungan Haji pada orang-					

	orang yang ada dilingkungan saya					
4	Saya ingin mencari informasi terkait produk Tabungan Haji BSI di media sosial					
5	Saya ingin pergi haji di usia yang masih cukup muda agar dapat beribadah secara maksimal					
6	Saya ingin membuka rekening Tabungan Haji di BSI					
7	Saya akan menyisihkan pendapatan saya untuk pergi haji dengan membuka rekening tabungan haji					
8	Saya akan memilih produk Tabungan Haji BSI dibandingkan produk Tabungan Haji di Bank Syariah lain					
Religiusitas (Z)						
1	Saya yakin bahwa menggunakan produk Bank syariah dianjurkan dalam ajaran agama Islam					
2	Saya yakin bahwa Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) menggunakan prinsip-prinsip syariah					

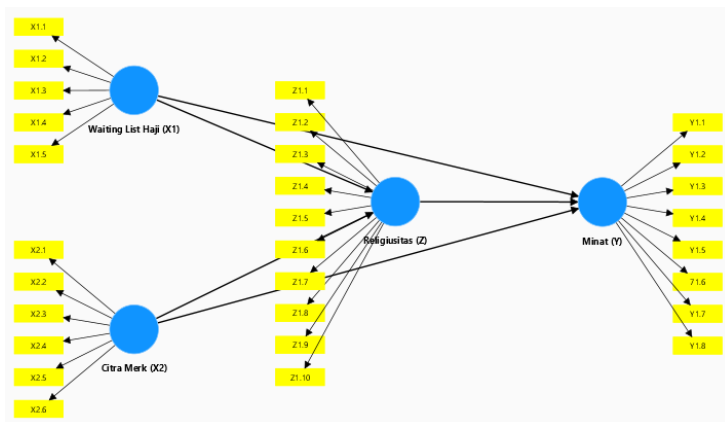
3	Saya menerapkan prinsip-prinsip syariah ketika bertransaksi					
4	Saya akan menggunakan Bank syariah sebagai media untuk bertransaksi					
5	Saya ragu ketika ingin bertransaksi jika tidak memastikan terlebih dahulu prinsip-prinsip syariah yang dipakai					
6	Saya khawatir jika saya menggunakan Bank konvensional ketika ingin bertansaksi atau menabung					
7	Saya tidak peduli jika saya menggunakan produk Bank yang halal atau haram					
8	Saya melihat Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak mengandung unsur riba					
9	Saya melihat Bank Syariah Indonesia (BSI) menggunakan prinsip-prinsip syariah yang sesuai dengan hukum Islam					
10	Saya melihat Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat mengedepankan syariat Islam dalam produk-produk yang ditawarkannya					

Lampiran 2 : Output SmartPLS 4

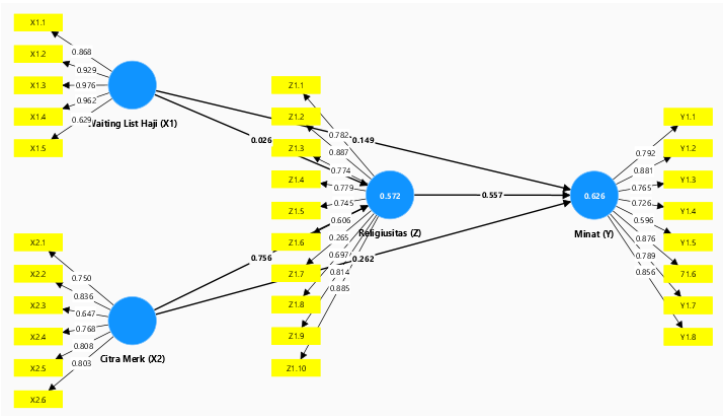
1. Perancangan Model Struktural (*Inner Model*)



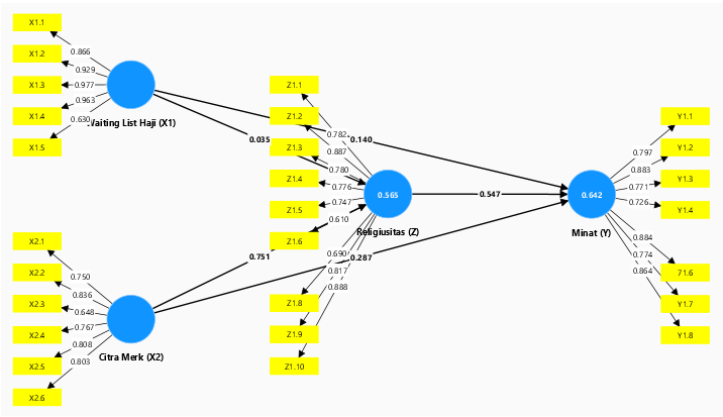
2. Perancangan Model Pengukuran (*Outer Model*)



3. Loading Factor Model Pertama



4. Loading Factor Model Kedua



5. Outer Loadings

	Citra Merk (X2)	Minat (Y)	Religiusita s (Z)	Waiting List Haji (X1)
71.6		0.884		
X1.1				0.866
X1.2				0.929
X1.3				0.977
X1.4				0.963
X1.5				0.630
X2.1	0.750			
X2.2	0.836			
X2.3	0.648			
X2.4	0.767			
X2.5	0.808			
X2.6	0.803			
Y1.1		0.797		
Y1.2		0.883		
Y1.3		0.771		
Y1.4		0.726		
Y1.7		0.774		
Y1.8		0.864		
Z1.1			0.782	
Z1.10			0.888	
Z1.2			0.887	
Z1.3			0.780	
Z1.4			0.776	
Z1.5			0.747	
Z1.6			0.610	
Z1.8			0.690	
Z1.9			0.817	

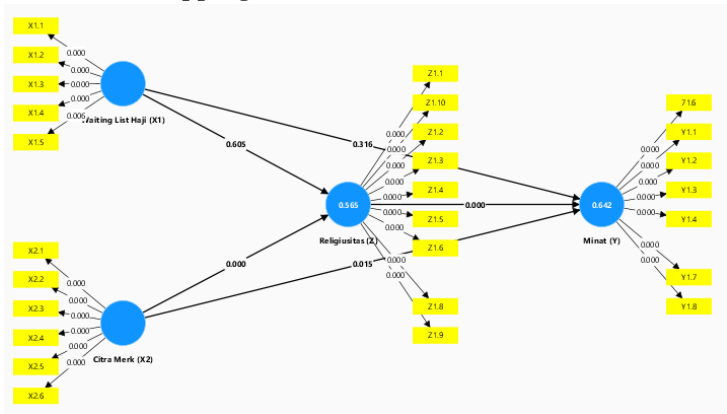
6. *Reliability dan Validity*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Citra Merk (X2)	0.862	0.871	0.897	0.594
Minat (Y)	0.916	0.925	0.933	0.666
Religiusitas (Z)	0.917	0.925	0.932	0.608
Waiting List Haji (X1)	0.934	1.041	0.945	0.778

7. *Fornel Larckel Criterion*

	Citra Merk (X2)	Minat (Y)	Religiusitas (Z)	Waiting List Haji (X1)
Citra Merk (X2)	0.771			
Minat (Y)	0.697	0.816		
Religiusitas (Z)	0.751	0.767	0.780	
Waiting List Haji (X1)	-0.007	0.154	0.029	0.882

8. Hasil Bootstrapping



9. R-Square dan R-Square Adjusted

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Minat (Y)	0.642	0.630
Religiusitas (Z)	0.565	0.556

10. Q-Predict

	Q ² predict
Minat (Y)	0.399
Religiusitas (Z)	0.534

11. Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
X1 -> Y	0.14	0.112	0.14	1.003	0.316
X2 -> Y	0.287	0.289	0.118	2.436	0.015
X1 -> Z	0.035	0.043	0.067	0.518	0.605
X2 -> Z	0.751	0.76	0.048	15.498	0.000
Z - > Y	0.547	0.552	0.093	5.894	0.000
X1 -> Z - > Y	0.019	0.023	0.036	0.521	0.603

Profil Penulis



Umiyati, S.E.I., M.Si., lahir di Jakarta 20 April 1979. Pendidikan SD sampai dengan SLTA diselesaikan di sekolah negeri di Tangerang Selatan. Pendidikan S1 diperoleh dari jurusan Akuntansi Syariah di Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Syariah Economic & Banking Institut (SEBI) Jakarta pada tahun 2006.

Pendidikan S2 di selesaikan di jurusan Akuntansi Manajemen dan Pengendalian di Program Magister Akuntansi (MAKSI) Universitas Muhamadiyah Jakarta pada tahun 2012. Saat ini sedang menempuh Pendidikan Jenjang S3 di Program Doktor Perbankan Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Penulis aktif mengajar di beberapa perguruan tinggi di wilayah Jakarta dan Tangerang Selatan, kemudian sejak tahun 2015 mulai diangkat sebagai Dosen Tetap di Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Selain aktif sebagai dosen, penulis juga aktif melakukan penelitian dan dalam berbagai bidang akuntansi, manajemen, perbankan dan ekonomi Islam.. Hasil penelitian dan Jurnal yang telah dipublikasi dapat di akses melalui Google Scholar, ResearchGate dan maupun Academia

Edu. Penulis pernah mengikuti *Short Course* tentang Bank Syariah dan Keuangan dengan tema *Course on Islamic Banking Finance For Asia-Middle East Dialogue Member Contries* yang diselenggarakan oleh ICDIF-LPPI bertempat di Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) Jakarta Selatan tahun 2016, Pelatihan Islamic Finance (Mini Bank Syariah dan Surat Berharga Syariah) di Jakarta Convention Center tahun 2016, dan masih banyak lagi *short Course* yang pernah diikuti. Internasional conference tidak luput penulis ikuti diantaranya the 4th Sebelas Maret *Internasional conference on Bussiness, Economics and Social Sciences* (SMICBES) yang diselenggarakan oleh Universitas Sebelas Maret (UNS) tahun 2017, International Conference and Workshop on Academic Writing & Publication In Islamic Economics & Finance (ICWIEF) yang diselenggarakan oleh KNEKS tahun 2020 serta *1st International Conference on Contemporary Sociology and Educational Transformation* (ICCSET) yang diselenggarakan oleh Universitas Negeri Malang tahun 2020.



Ivalaili, M.I.E., menyelesaikan pendidikan Magisternya pada Jurusan Islamic Economy Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) tahun 2016, Saat ini mengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sejak tahun 2018, sebagai Koordinator pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2019-2022, penulis juga aktif melakukan penelitian dan mengikuti International Conference

diantaranya SEPIs Confrence 2016 diadakan oleh Universiti Sains Islam Malaysia, dan International Confrence on Interreligious Study Science and Technology (ICONIST) 2021 yang diadakan oleh LP2M UIN Jakarta. Hasil Penelitian dan Jurnal yang telah dipublikasi dapat diakses di Google Schooler, Penulis pernah mengikuti Short Course Manajemen Resiko 1 Perbankan Syariah pada Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) 2023.



Siti Alifah Syahbilqis, kerap disapa Bilqis, lahir di Tangerang pada 7 Februari 2002. Ia merupakan lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2024) serta penerima beasiswa dari Bank Indonesia. Selama kuliah, ia juga aktif dalam berbagai organisasi, termasuk menjabat sebagai Wakil Ketua Himpunan Mahasiswa

Perbankan Syariah, Bendahara DEMA FEB UIN Jakarta, serta bergabung dalam UKM Koperasi Mahasiswa (Kopma) dan organisasi ekstra lainnya.

Selain pengalaman di organisasi, Bilqis mengelola usaha makanan ringan dan bekerja sebagai Administrative Officer di salah satu perusahaan startup. Pengalaman ini memperkaya kemampuan manajemen bisnis dan hubungan pelanggan. Ia juga telah memperoleh sertifikasi Digital Marketing dari BNSP, yang semakin memperkuat kompetensinya dalam pemasaran dan strategi bisnis.

Di berbagai kesempatan, Bilqis aktif sebagai moderator dan MC dalam seminar, talkshow, maupun dialog mahasiswa. Dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman praktis yang luas, ia memiliki minat dalam ekonomi, perbankan, dan pengembangan profesional di bidang tersebut.