KRITERIA PEMILIHAN LEMBAGA TABUNG HAJI SEBAGAI INSTITUSI KEWANGAN DAN PERBANKAN: PERSPEKTIF PELANGGAN & EKONOMI ISLAM

Oleh:

Dr. Mohd Amy Azhar Hj. Mohd Harif, C.A.(M) (corresponding author)
Faculty Kewangan & Perbankan
University Utara Malaysia
060101 Sintok
Kedah Darul Aman
Malaysia
Fax (60) 4 9285588
Phone: (60) 4 9285585
e-mail: amyazhar@uum.edu.my

Suzieliana Bt Ibrahim
Amanah Raya Berhad
Kuala Lumpur

KRITERIA PEMILIHAN LEMBAGA TABUNG HAJI SEBAGAI INSTITUSI KEWANGAN DAN PERBANKAN: PERSPEKTIF PELANGGAN

ABSTRAK

Hasrat Malaysia untuk muncul sebagai pusat perkhidmatan kewangan Islam bagi Asia Tenggara akan tercapai sekiranya setiap komponen yang terlibat terutamanya institusi-institusi kewangan dan perbankan memainkan peranan mereka dengan berkesan dan memberikan komitmen yang tinggi. Lembaga Tabung Haji yang juga merupakan salah satu komponen institusi kewangan dan perbankan juga perlu menunjukkan prestasi yang baik dan berkesan. Oleh itu, satu penyelidikan mengenai Lembaga Tabung Haji telah dibuat dengan tujuan utamanya adalah untuk mengenalpasti kriteria-kriteria yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih Lembaga Tabung Haji sebagai institusi kewangan dan perbankan mereka. Penyelidikan ini juga telah dibuat dengan mengambilkira keputusan-keputusan dan pandangan serta pendapat penyelidik-penyelidik yang terdahulu dan dapat dirumuskan bahawa hasil penyelidikan oleh penyelidik-penyelidik terdahulu telah menunjukkan bahawa terdapat 13 kriteria yang mempengaruhi pemilihan pelanggan terhadap sesebuah bank.

Penyelidikan ini melibatkan kajian ke atas 16 orang responden yang terdiri daripada kakitangan Lembaga Tabung Haji itu sendiri dan pelanggan-pelanggan yang dipilih secara rawak di mana data-data yang diperolehi melalui temuduga tertumpu. Keputusan analisa data-data tersebut telah dapat mengenalpasti 13 kriteria yang mempengaruhi pelanggan dalam membuat keputusan memilih Lembaga Tabung Haji sebagai institusi kewangan dan perbankan mereka. Kajian ini juga telah dapat mengenalpasti kelemahan-kelemahan yang perlu diberi perhatian oleh Lembaga Tabung Haji untuk muncul sebagai sebuah institusi kewangan dan perbankan Islam yang utama dan beberapa cadangan telah dikemukakan untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan tersebut. Cadangan-cadangan tersebut dikelaskan kepada dua iaitu dalam aspek polisi dan pengurusan.

1.0 PENDAHULUAN

Matlamat utama bank adalah untuk mengekalkan kekukuhan ringgit, menggalakkan kestabilan kewangan dan menjadi alat bagi pengguna menyimpan tabungan mereka (Azhar 1996). Pada penghujung 1959, terdapat sebanyak 26 buah bank yang beroperasi dan daripada jumlah tersebut, hanya lapan buah bank sahaja yang diperbadankan di negara ini (Azhar 1996).

Menjelang 1962, jumlah ibu pejabat bank di negara ini sudah meningkat kepada 215 buah dan daripada jumlah tersebut, 91 buah bank adalah bank tempatan (Azhar 1996). Ini menunjukkan peningkatan bank-bank tempatan dalam menunaikan tanggungjawabnya kepada rakyat di negara ini.
Kemunculan perbankan Islam pada lewat tahun 1960-an dan 1970-an telah memangkinkan kemunculan sistem kewangan yang membolehkan Muslim untuk berurusniaga dalam sebuah sistem yang sejajar dengan kepercayaan agama mereka (Azhar 1996).

Sistem Perbankan Islam melibatkan implikasi sosial yang berkait rapat dengan kehendak Islam itu sendiri dan ianya mewakili ciri-ciri yang membezakan sesebuah bank Islam daripada bank-bank lain berdasarkan pada falsafah-falsafah yang dibentuk (Azhar 1996). Dalam melaksanakan semua aktiviti pembangunan perbankannya, bank-bank Islam mengambil pertimbangan berat atas implikasi sosial yang mungkin disebabkan oleh sebarang keputusan atau tindakan yang diambil oleh bank tersebut (Azhar 1996).

Keuntungan bukanlah kriteria utama dalam menilai prestasi sesebuah bank Islam sebaliknya yang menjadi ukuran yang paling penting ialah supaya dapat memadankan kedua-dua objektif sosial dan material yang menjadi kepentingan komuniti secara keseluruhan (Jasni 1996). Matlamat sosial dipercayai membentuk elemen yang berasingan dalam sistem kewangan Islam yang tidak boleh dipinggirkan (Jasni 1996).

Sistem perbankan Islam di Malaysia sedang mengalami perubahan yang pesat di mana kini terdapat 52 institusi kewangan yang menawarkan kira-kira 30 produk kewangan berasaskan Islam (MTEN 1999). Pasaran wang secara Islam adalah cekap dengan jumlah aset perbankan Islam terkumpul mencecah hampir RM40 bilion pada akhir November 2000 (MTEN 1999).

Lembaga Tabung Haji juga merupakan salah satu komponen sistem perbankan Islam yang memberi sumbangan kepada perkembangan sistem tersebut (Azhar 1996). Pada tahun 1994, jumlah simpanan terkumpul yang dimiliki oleh Lembaga Tabung Haji adalah sebanyak RM 2,268 juta (Laporan Tahunan Lembaga Tabung Haji 1998) dan semakin meningkat setiap tahun menjangkau RM 4,015,529 juta pada tahun 1999 (Laporan Tahunan Lembaga Tabung Haji 1999). Laporan Tahunan yang dikeluarkan oleh Bank Islam Malaysia Berhad (1995) telah menyenaraikan bahawa Lembaga Tabung Haji merupakan pemegang terbesar bagi badan tersebut.

Berdasarkan perbincangan di atas telah menimbulkan satu persoalan: *apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan pelanggan untuk memilih Lembaga Tabung Haji sebagai institusi kewangan dan perbankan mereka?*

2.0 JUSTIFIKASI KAJIAN

Kajian ini dilakukan adalah berdasarkan empat objektif iaitu pembangunan industri perbankan Islam, 'gaps in the literature' dan pendedahan kepada orang ramai dan sokongan pihak kerajaan.

Pembangunan industri sistem perbankan islam (SPI). Disebabkan oleh suasana persaingan yang sengit, adalah menjadi satu keperluan kepada pihak perbankan konvensional dan perbankan Islam memperolehi maklumat mengenai faktor-faktor yang mendorong pelanggan memilih perkhidmatan bagi mengurus kewangan mereka. Pihak bank juga harus tahu ciri-ciri produk kewangan dan jenis perkhidmatan yang bagi memenuhi tuntutan pelanggan bagi memenuhi keperluan pasaran dan pelanggan. Mereka juga harus tahu sejauh manakah faktor tersebut dapat mempengaruhi pelanggan memilih bank tersebut (Anderson et al 1976; Evas 1979; Kaynak & Yavas 1985; Meidan 1984; Tan & Chua 1986).

'Gaps in the literature'. Berpandukan ulasan karya yang telah sedia ada menunjukkan tidak banyak kajian emperikal dilakukan untuk mengkaji tentang faktor-faktor yang mendorong pelanggan bank memilih untuk berurusan dengan perbankan Islam (Jasni 1996). Keadaan ini juga disebabkan terlalu kurang perhatian yang diberikan kepada kriteria yang mempengaruhi pelanggan perbankan Islam di dalam suasana ekonomi yang didominasikan oleh bank konvensional (Aidawati 2002). Satu kajian yang telah dibuat menunjukkan umat Islam menggunakan perbankan Islam adalah kerana pulangan yang akan diterima oleh mereka dan bukan disebabkan faktor keagamaan (Erol & El-Bdour 1989). Pelanggan di negara Islam juga tidak dapat membezakan perkhidmatan yang disediakan oleh bank konvensional dan perbankan Islam (Erol et al. 1989).

Pendedahan kepada ramai. Hasil dari penyelidikan ini diharap akan dapat memberi pendedahan kepada orang ramai tentang kepentingan menyimpan di institusi kewangan dan perbankan Islam.

Selain itu, diharap juga hasil penyelidikan ini mampu mendatangkan keprihatinan orang ramai untuk melibatkan diri di dalam perbankan Islam yang mana ia bukan sahaja dikhususkan untuk orang Islam malah perbankan Islam dibuka untuk semua tanpa mengambil kira agama mereka.

Sokongan pihak kerajaan. Kajian ini juga dihasilkan memandangkan pihak Kerajaan Malaysia semakin memberi peluang yang bukan sedikit kepada institusi kewangan dan perbankan Islam untuk berkembang (MTEN 1999). Contohnya pihak kerajaan tidak mengenakan sebarang cukai pendapatan ke atas simpanan yang dibuat di Lembaga Tabung Haji (Izham 2002).

3.0 RANGKAKERJA TEORI

Sejarah Kemunculan Sistem Perbankan Islam. Sebagaimana yang telah diketahui ramai, penubuhan Sistem Perbankan Islam bermula di negara-negara Timur Tengah kemudian berlarutan melimpahi negara-negara Asia. Oleh itu kita perlu menyusuri terlebih dahulu susur galur kewujudan Sistem Perbankan Islam secara keseluruhannya (seperti di dalam jadual 1).

Jadual 1: Peristiwa Penubuhan Perbankan Islam

Tahun	Peristiwa
1963	-Penubuhan Mit Ghamra Savings Bank, Mesir
1970	-Persidangan Ke-2 Menteri-menteri Luar Negara-negara Islam, Karachi Pakistan telah diadakan.
1971	Penubuhan Nasser Social Bank, Mesir
1973	-Persidangan ke-3 Menteri-menteri Luar Negara-negara Islam, Bangazi Libya. -Pertemuan Pertama Ahli Jawatan Kuasa Negara-negara Islam penghasil minyak, telah diadakan (mengenai penubuhan Bank Islam)
1974	-Pertemuan Ke-2 Ahli Jawatan Kuasa Negara-negara Islam penghasil, telah diadakan (Draf penubuhan Bank Pembangunan Islam)
1975	-Bank Pembangunan Islam beroperasi di Jeddah
1976	-Konfrens Antarabangsa Ekonomi Islam diadakan di Mekah
1977	-International Center for research in Islamic Economics ditubuhkan di Jeddah -Persidangan Muslim dan Sistem Ekonomi Islam Masa Hadapan telah diadakan di London -The International Association of Islamic Banks, ditubuhkan di Jeddah -Penubuhan Firma Pelaburan Islam, Kepulauan Bahema -Muhammad Zia Ul-Haq mengIslamisasikan sistem perekonomian Pakistan
1978	-Seminar Antarabangsa- ekonomi kewangan & fiscal Islam telag diadakan di Mekah -Penubuhan Bank Islam Jordan -Penubuhan Islamic banking System International Holding di Luxemborg
1979	-Seminar Ekonomi Islam telah diadakan di Bangladesh -Penubuhan Bank Islam Bahrain -Penubuhan Bank Islam Iran -Muhammmad Zia Ul-Haq menghapuskan sistem bunga dalam National Investment Trust, The House-Building Finance Corporation dan Mutual Funds of Investment Corporation of Pakistan
1980	-Bank Antarabangsa untuk Pelaburan dan Pembangunan telah ditubuhkan di Mesir
1981	-Seminar Urusan Bank Islam diadakan di Bangladesh
1982	-Penubuhan Islamic Bank International of Denmark

Sumber: Diadaptasi dari sejarah penubuhan sistem perbankan Islam (Azhar 1996; Muhammad 1993).

Islam adalah agama yang sempurna dan universal dan mempunyai hukum-hukum dan peraturan yang perlu dipenuhi dan diamalkan secara konkrit oleh setiap penganutnya, termasuklah dalam urusan muamalah yang mana segala urusan bank dan kewangan adalah berasaskan syariat dan peraturan-peraturan yang halal di sisi Islam (Azhar 1996).
Menyedari tentang kepentingan kewujudan bank Islam, pemikir-pemikir Muslim telah memulakan pembangunan sebuah sistem kewangan Islam (Azhar 1996). Ini telah dimulakan oleh penubuhan The Mit Ghamr Bank (1963) oleh Dr. Ahmad El-Naggar (Mesir) yang mana ia memberi peluang kepada rakyat yang miskin untuk membuka perusahaan kecil-kecilan dan memberi kemudahan kredit serta pembangunan sosioekonomi kepada penduduk tempatan (Jasni 1996).

Sebagai sebuah negara yang didominasikan oleh Muslim, Malaysia turut menerima tempias hasil daripada kemunculan perbankan Islam di Timur Tengah. Banyak pihak telah menggesa agar diwujudkan sebuah bank Islam di Malaysia. Sebagai contoh, dalam tahun 1980, Kongres Ekonomi Bumiputera telah mencadangkan kepada kerajaan untuk membenarkan penubuhan sebuah bank Islam di Malaysia. Di Malaysia, pembiayaan secara Islam telah bermula pada tahun 1963 dengan penubuhan Lembaga Tabung Haji (Azhar 1996).

Latarbelakang Lembaga Tabung Haji. Lembaga Tabung Haji adalah sebuah institusi kewangan yang juga berfungsi sebagai institusi perbankan yang mengawal Perbankan Islam. Namun fungsi utama Lembaga Tabung Haji adalah sebagai institusi yang bertanggungjawab untuk menguruskan urusan para jemaah haji untuk mengerjakan haji dan juga umrah (Izham 2002).
Perbadanan Wang Simpanan Bakal-Bakal Haji telah ditubuhkan pada bulan November 1962 dan mula beroperasi pada 30 September tahun 1963 dengan jumlah penyimpannya seramai 1,281 dan mempunyai tiga cawangan. Perbadanan ini wujud hasil penerimaan kertas kerja Yang Mulia Profesor Di Raja Ungku Aziz bertajuk 'Rancangan Membaiki Ekonomi Bakal-Bakal Haji' pada tahun 1959, setelah diteliti oleh Perdana Menteri pada masa itu, Tunku Abdul Rahman Laporan Tahunan Lembaga Tabung Haji 2001).

Untuk mempertingkatkan lagi perkhidmatan dan kemudahan kepada bakal-bakal haji, dalam tahun 1969 perbadanan tersebut digabungkan dengan Pejabat Urusan Hal Ehwal Haji yang beroperasi di Pulau Pinang maka lahirlah Lembaga Urusan dan Tabung Haji. Lembaga Urusan dan Tabung Haji ditubuhkan di bawah Akta 8, Akta Lembaga Urusan dan Tabung haji 1969 dengan tujuan untuk membolehkan orang-orang Islam menyimpan secara beransur-ansur bagi memenuhi perbelanjaan menunaikan fardhu haji atau lain-lain perbelanjaan bermanfaat disamping membolehkan orang-orang Islam melalui wang simpanan mereka mengambil bahagian yang lebih berkesan di bidang penanaman modal melalui cara yang halal di sisi Islam serta memberi perlindungan, pengawalan dan kebajikan kepada jemaah haji yang menunaikan fardhu haji dengan mengadakan pelbagai kemudahan dan perkhidmatan (Laporan Tahunan Lembaga Tabung Haji 1999).

Berasaskan kepada tujuan-tujuan itu Tabung Haji telah menetapkan matlamatnya iaitu memberi perkhidmatan yang baik, sempurna dan amat memuaskan kepada jemaah haji Malaysia dalam urusan menunaikan fardhu haji; memberi keuntungan yang maksimum

kepada pendeposit-pendeposit atas wang simpanan mereka (Laporan Tahunan Lembaga Tabung Haji 1999).

Kenyataan ini adalah jelas menunjukkan bahawa Tabung Haji ditubuhkan bukan sahaja untuk menguruskan pemergian jemaah haji ke Tanah Suci, malah ia berfungsi sebagai satu badan alternatif kepada umat Islam Malaysia untuk menyimpan sambil melabur secara halal dan mengikut lunas-lunas Islam.

Sebagai sebuah badan yang berunsurkan korporat Tabung Haji amat peka dengan perkembangan dan perubahan yang melanda dunia di era 1990 an. Demi menjamin kesinambungan daya saingnya dalam era globalisasi, satu kajian telah dibuat dalam tahun 1995 bagi meluaskan lagi skop dan peranan Lembaga Tabung Haji. Dari itu, pada Jun 1995 akta baru Tabung Haji iaitu Akta 535, Akta Lembaga Tabung Haji 1995 dikuatkuasakan yang memansuhkan akta lama dan nama Lembaga Urusan dan Tabung Haji diganti dengan Lembaga Tabung Haji pada 28 Ogos 1997, dan serentak dengan itu huruf TH diperkenalkan sebagai singkatan nama menggantikan perkataan Tabung Haji (Laporan Tahunan Lembaga Tabung Haji 1999).

Hari ini, Lembaga Tabung Haji mempunyai 83 buah cawangan di seluruh Malaysia (Laporan Tahunan 1994) dan telah berjaya mengumpul simpanan pelanggan sebanyak RM 3,424.27 juta pada tahun 1999 (Laporan Tahunan Lembaga Tabung Haji 1999).

Aktiviti Lembaga Tabung Haji. Tabung Haji beroperasi berdasarkan tiga "core business" iaitu simpanan; melalui penyediaan perkhidmatan tabungan untuk umat Islam, pelaburan; melalui pelaburan dana yang terkumpul dan pengawasan fungsi pelaburan dan perkhidmatan Haji; melalui perkhidmatan di tanah air dan di Tanah Suci (Laporan Tahunan Lembaga Tabung Haji 1994).

Pengguna sasaran Lembaga Tabung Haji adalah terdiri daripada bakal jemaah haji dan juga orang ramai yang beragama Islam. Walaupun fungsi utama Lembaga Tabung Haji adalah untuk menguruskan hal ehwal bakal jemaah haji tapi ia juga memberi perkhidmatan simpanan dan pengeluaran kepada orang ramai seperti pelajar sekolah, kakitangan swasta dan kerajaan dan juga surirumah (Izham 2002).

Lembaga Tabung Haji mempunyai keistimewaan yang tersendiri antaranya penyimpan yang membuka akaun di Lembaga Tabung Haji akan menerima keuntungan daripada penyimpanan mereka yang telah ditolak dengan zakat (Izham 2002). Selain itu, pelanggan juga mendapat kemudahan menyimpan melalui potongan gaji yang dibuat secara terus daripada gaji bulanan mereka. Selain itu, pelanggan akan mendapat kemudahan penyimpanan untuk keluarganya yang boleh dibuat secara terus melalui gaji bulanannya (Izham 2002).

Kriteria Pemilihan Tabung Haji. Penyelidik mendapati bahawa tiada karya terdahulu yang menyenaraikan kriteria-kriteria pemilihan Lembaga Tabung Haji sebagai institusi kewangan dan perbankan oleh pelanggan. Oleh itu penyelidik telah menyenaraikan kriteria pemilihan perbankan konvensional dan perbankan Islam sebagai kriteria yang juga boleh

diapplikaskan dalam pemilihan Lembaga Tabung Haji oleh pelanggan, sperti dalam jadual 2. Kriteria pemilihan ini digunakan sebagai kriteria pemilihan Lembaga Tabung Haji memandangkan Lembaga Tabung Haji merupakan salah satu komponen sistem perbankan.

Jadual 2: Kriteria Pemilihan Lembaga Tabung Haji Dengan Perbandingan Kritirea Pemilihan Perbankan Islam Dan Perbankan Konvesional

No	Faktor	A	B	C	Total	Pembolehubah bagi kajian ini
1	Reputasi Bank	√	√	-	2	√
2	Layanan/Perkhidmatan	√	√	-	2	√
2	Pengurusan Bank	√	√	√	3	√
4	Lokasi	√	√	-	2	√
5	Pengesyoran Individu	√	√	√	3	√
6	Tempat Letak kereta	√	√	√	3	√
7	Yuran / Caj	√	√	-	2	√
8	Kadar Faedah/keuntungan	√	-	-	1	√
9	Produk	√	√	√	3	√
10	Pengiklanan/pemasaran	√	√	√	3	√
11	Keselamatan	√	-	-	1	√
12	Rupa bentuk bank	√	-	-	1	√
13	Teknologi	√	-	-	1	√
	Jumlah	13	9	5		13

Nota:-

A : Kriteria pemilihan bank konvensional
B : Erol & El-Bdour (1989)
C : Erol, Kaynak & El-Bdour (1984)

Sumber: Dibina untuk kajian ini

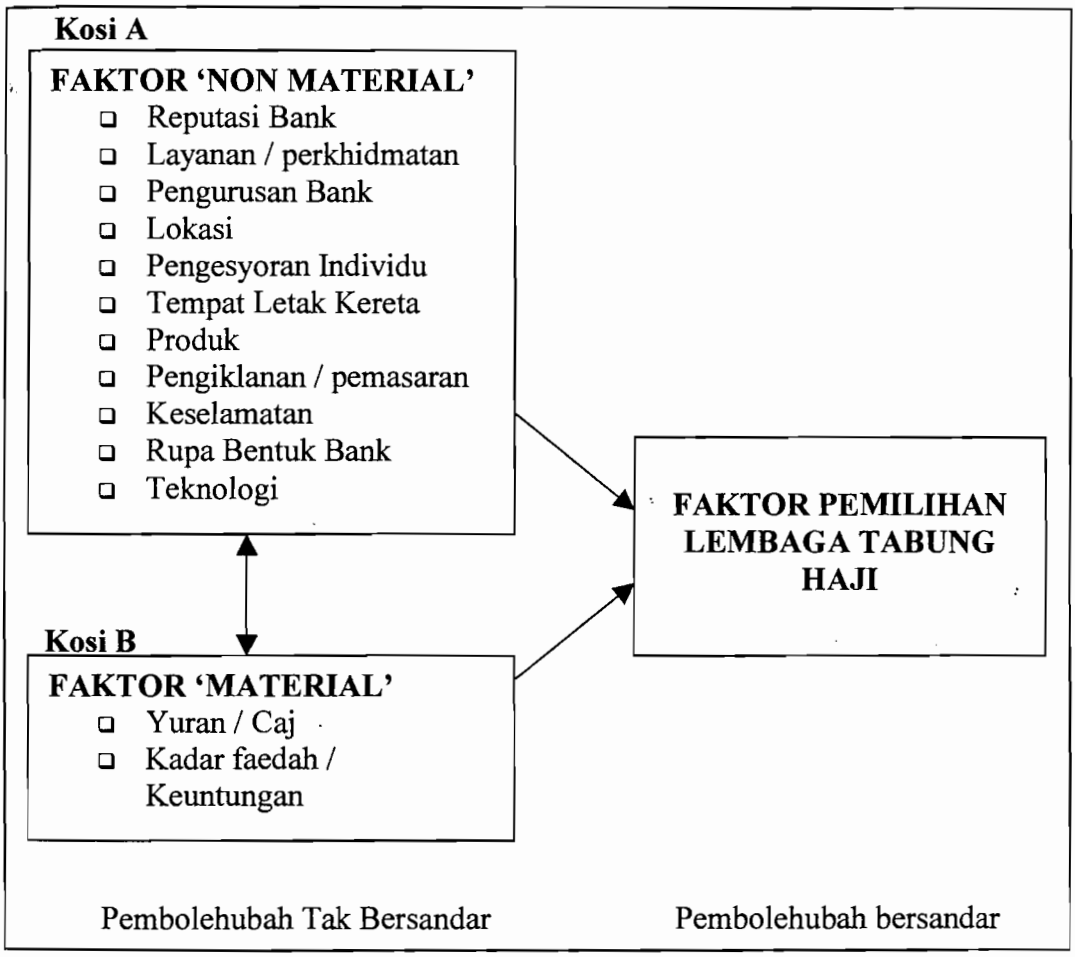
Daripada gambarajah 1, dapat dirumuskan bahawa terdapat dua faktor yang mempengaruhi pemilihan bank oleh pelanggan iaitu faktor 'non-material' dan faktor 'material'. Kedua-dua faktor tersebut yang akan menjadi pembolehubah yang akan digunakan dalam kajian ini untuk menentukan kesahihahan kriteria yang mempengaruhi pemilihan Lembaga Tabung Haji oleh pelanggan.

Faktor 'non-material' terdiri daripada reputasi bank, layanan atau perkhidmatan bank, pengurusan bank, lokasi bank, pengesyoran individu terhadap bank, tempat letak kereta,

produk yang ditawarkan, pengiklanan atau pemasaran, keselamatan, rupa bentuk bank dan tahap teknologi yang dimiliki oleh sesebuah bank.

Manakala faktor 'material' pula merujuk kepada yuran atau caj yang dikenakan oleh bank ke atas setiap transaksi yang dibuat oleh pelanggan dan kadar faedah atau keuntungan yang akan diperolehi oleh pelanggan keatas simpanan atau pelaburan mereka.

Gambarajah 1: Kerangka Konseptual Kritirea Pmilihan Tabung Haji



Sumber : Dibina untuk kajian ini.

Arah aliran turun naik yang menyambungkan antara faktor 'non-material' dengan faktor 'material' menggambarkan bahawa setiap kriteria yang terdapat didalam kedua-dua faktor saling berkait antara satu sama lain dan berhubungan rapat. Hubungan ini yang akan mempengaruhi pemilihan Lembaga Tabung Haji oleh pelanggan dalam menentukan kelayakan Lembaga Tabung Haji untuk bertindak sebagai Institusi Kewangan mereka.

Kesimpulannya, kajian ini akan mempertimbangkan kemungkinan 11 faktor 'non-material' dan 2 faktor 'material' yang boleh memberi kesan kepada pelanggan dalam memeilih Lembaga Tabung Haji sebagai institusi perbankan.

4.0 METODOLOGI KAJIAN

Tujuan kajian ini dilakukan adalah untuk menentukan apakah kriteria-kriteria yang mendorong pengguna memilih Lembaga Tabung Haji sebagai institusi kewangan mereka.

Kajian yang dibuat adalah berbentuk temuduga tertumpu (convergent interview). Kajian ini dikelaskan sebagai temuduga tertumpu kerana ia digunakan untuk mengumpul, menganalisa, menginterpretasi maklumat kualitatif tentang pengetahuan individu, pandangan, pengalaman, sikap dan kepercayaan melalui beberapa sesi temuduga yang tertumpu kepada isu-isu penting (Amy Azhar 2003; Carson, Gilmore, Perry & Gronhaung 2001; Dick 1990; Nair & Riege 1995). Perbincangan lanjut dibuat di dalam bab 3 (3.1)

Pengutipan data ini dilakukan melalui temuduga ke atas responden yang telah dipilih secara random. Responden yang telah ditemuduga ialah kakitangan di Lembaga Tabung Haji Cawangan Jitra dan beberapa orang pelanggan yang sedang berurusan dengan Lembaga Tabung Haji.

Definisi Temuduga Tertumpu. Sebelum kita melihat kepada ciri-ciri temuduga tertumpu, proses temuduga tertumpu, kekuatan dan justifikasi temuduga tertumpu dan kekangan temuduga tertumpu, kita melihat dahulu kepada definisi temuduga tertumpu.

Menurut Nair dan Riege (1995), mendefinisikan temuduga tertumpu sebagai alat untuk memperkayakan maklumat dalam bidang penyelidikan, yang merangkumi teknik untuk mengumpul, menganalisa dan menginterpretasikan data yang diperolehi hasil daripada temuduga dalam jumlah yang banyak (Amy Azhar 2003). Temuduga tertumpu telah dibangunkan dan digunakan khusus untuk perubahan organisasi dan pembangunan campur tangan (Carson, Gilmore, Perry & Gronhaung 2001; Dick 1990), dalam penerokaan bidang-bidang baru yang tidak mempunyai asas teoritikal dan kaedah yang sesuai (Dick 1990) dan juga digunakan untuk membuka dimensi bidang penyelidikan di mana kaedah atau teori telah ditetapkan tetapi masih belum diketahui oleh penyelidik (Amy Azhar 2003; Nair & Riege 1995). Oleh itu temuduga tertumpu merupakan kaedah penyelidikan yang telah dipilih untuk digunakan dalam kajian ini.

Ciri-Ciri Temuduga Tertumpu. Pada peringkat awal kajian ini, tidak banyak maklumat yang diketahui berkenaan topik yang telah dipilih (Amy Azhar 2003). Oleh itu pada peringkat tersebut penyelidik mempunyai pilihan sama ada untuk menggunakan kaedah temuduga tertumpu atau kumpulan fokus dalam menentukan isu-isu kajian dan untuk mengurangkan ketidakpastian mengenai topik kajian (Amy Azhar 2003; King 1994; Master 1999).

Walau bagaimanapun, kumpulan fokus tidak digunakan dalam kajian ini disebabkan tiga sebab (Amy Azhar 2003). Pertama, adalah untuk mengelakkan daripada mendapat keputusan yang tidak seimbang atau berat sebelah yang mana ia adalah disebabkan responden tidak menyatakan pendapat sebenar mereka kerana dipengaruhi oleh tekanan rakan-rakan dan pengaruh kumpulan (Aaker & Day 1990; Amy Azhar 2003).

Kedua, tujuan penyelidik adalah untuk mendapatkan komen dan pandangan yang terperinci mengenai topik, dari setiap responden berdasarkan apa yang mereka tahu dan pengalaman mereka (Amy Azhar 2003), bukan untuk mendapatkan maklumat yang tidak terduga hasil dari perbincangan antara kumpulan fokus (Amy Azhar 2003; Malhotra 1993; Morgan 1988; Wimmer & Dominick 1983).

Akhir sekali, adalah disebabkan penyelidik cuba untuk mengelak beberapa kesukaran yang akan timbul ketika proses analisis dan interpretasi data dibuat (Amy Azhar 2003). Ini kerana kumpulan fokus hanya sesuai digunakan sekiranya penyelidik hanya ingin mengetahui jawapan kepada soalan-soalan utama, sedangkan kajian ini memerlukan responden menjawab soalan yang lebih terperinci dan mendalam, oleh itu setiap soalan juga adalah berbeza di antara setiap responden (Amy Azhar 2003).

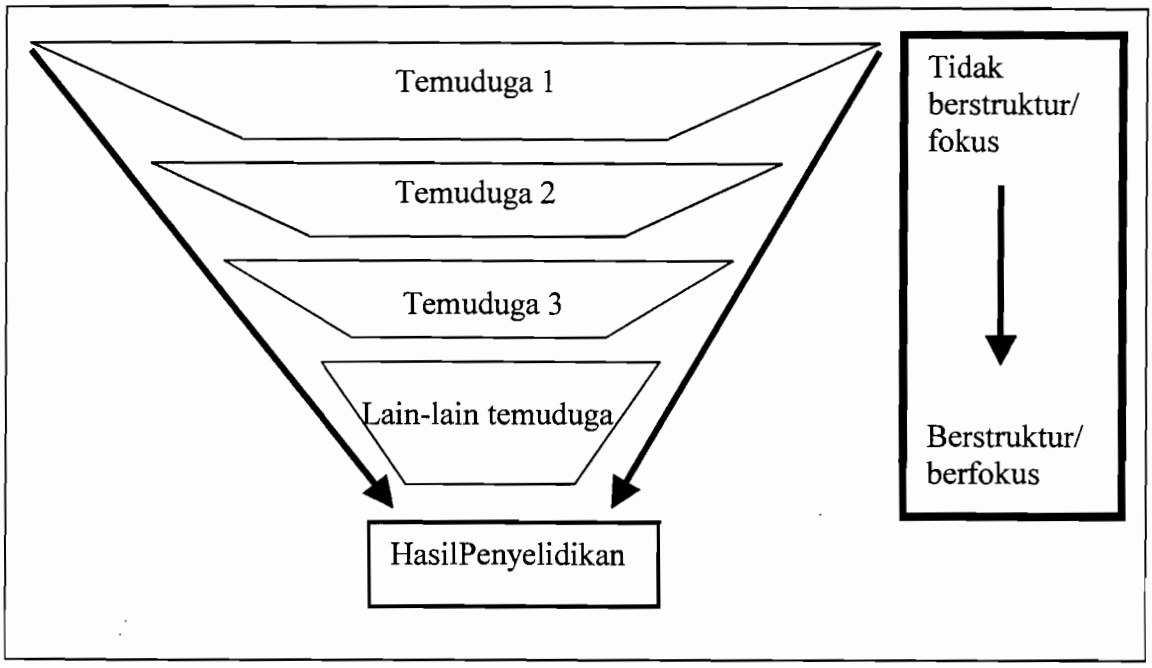
Proses Temuduga Tertumpu. Proses temuduga tertumpu melibatkan siri-siri temuduga yang panjang, yang tidak berstruktur pada permulaannya, di mana data akan dikumpul dalam setiap temuduga, dianalisa dan digunakan untuk menghasilkan isi (contohnya, masalah penyelidikan dan isu penyelidikan), dan proses (contohnya, maklumat terperinci tentang teknik temuduga, komposisi dan saiz sampel) untuk temuduga seterusnya. Oleh itu, proses tersebut akan distrukturkan untuk membenarkan penerokaan yang lebih fleksibel berkenaan perkara subjek tanpa menentukan jawapan (Amy Azhar 2003; Riege 1997).

Dalam kata lain, pada awal temuduga tertumpu, iaitu ketika temuduga dibuat ke atas responden pertama, soalan yang dikemukakan kepada responden tersebut adalah secara global dan luas yang mana ia tidak mengikut aturan yang tertentu. Walau bagaimanapun soalan yang dikemukakan kepada responden kedua akan lebih teratur dan sedikit mendalam hasil daripada analisis ke atas jawapan yang diberikan oleh responden pertama tadi. Begitu juga dengan temuduga yang dibuat ke atas responden ketiga dan seterusnya tetapi soalan yang dikemukakan kepada setiap responden akan lebih mendalam sehingga penyelidik mendapat satu kesahihan yang menunjukkan jawapan yang diberikan oleh setiap responden adalah mempunyai maksud yang sama. Walau bagaimanapun penyelidik tidak akan mengabaikan soalan yang mempunyai jawapan yang hanya dinyatakan oleh seorang responden sahaja (Amy Azhar 2003; Dick 1990) kerana ia berkemungkinan akan dibangkitkan semula oleh responden-responden lain dalam sesi temuduga lain dan bertukar menjadi isu penting bagi kajian ini (Amy Azhar 2003).

Sepanjang perjalanan temuduga, penemuduga juga akan menambah lebih banyak soalan spesifik (Amy Azhar 2003). Ini bermaksud sekiranya penyelidik mendapati responden yang baru ditemuduga memberi satu jawapan yang baru atau tidak sama dengan responden sebelumnya, maka penyelidik akan membina soalan baru yang berdasarkan jawapan tersebut untuk digunakan dalam temuduga seterusnya. Proses ini berterusan sehingga penyelidik

mendapat jawapan yang tidak boleh dikembangkan lagi. Ia adalah bertujuan untuk mendapat jawapan yang spesifik dan sahih. Carson, Gilmore, Perry & Gronhaung (2001), dan Dick (1990) menyatakan bahawa apabila penemuduga menjalankan lebih banyak temuduga, perbezaan pendapat akan mula ketara, dan apabila penemuduga mengkaji lebih mendalam berkenaan topik, proses akan menjadi semakin berstruktur (Amy Azhar 2003). Rajah 2 menunjukkan proses temuduga tertumpu.

Gambarajah 2: Proses Temuduga Tertumpu



Sumber: Adaptasi dari Amy (2003) dan Woodward (1997).

Kekuatan Dan Justifikasi Temuduga Tertumpu. Terdapat beberapa kekuatan temuduga tertumpu yang telah mendorong ia digunakan dalam kajian ini (Amy Azhar 2003). Kekuatan pertama temuduga tertumpu terletak pada pendekatannya yang pelbagai peringkat dan kitaran, yang mana ia adalah untuk mengatasi kekangan-kekangan yang terdapat dalam kajian (Amy Azhar 2003; Dick 1990). Keduanya, adalah melalui sifat kitaranya yang hanya membenarkan soalan-soalan penting dan relevan sahaja yang dapat digunakan dalam kajian (Amy Azhar 2003). Kekuatan ketiga dapat dilihat melalui kebolehan kajian untuk memahamkan penyelidik mengenai isu-isu spesifik yang terdapat di sebalik maklumat yang diperolehi (Amy Azhar 2003; Nair & Riege 1995). Akhir sekali, kekuatan temuduga tertumpu adalah melalui kebolehannya untuk menjadi bahagian luaran sesuatu proses penyelidikan sastera untuk memformulasikan isu-isu yang akan diuji dengan kaedah yang lain (Amy Azhar 2003; Nair & Riege 1995).

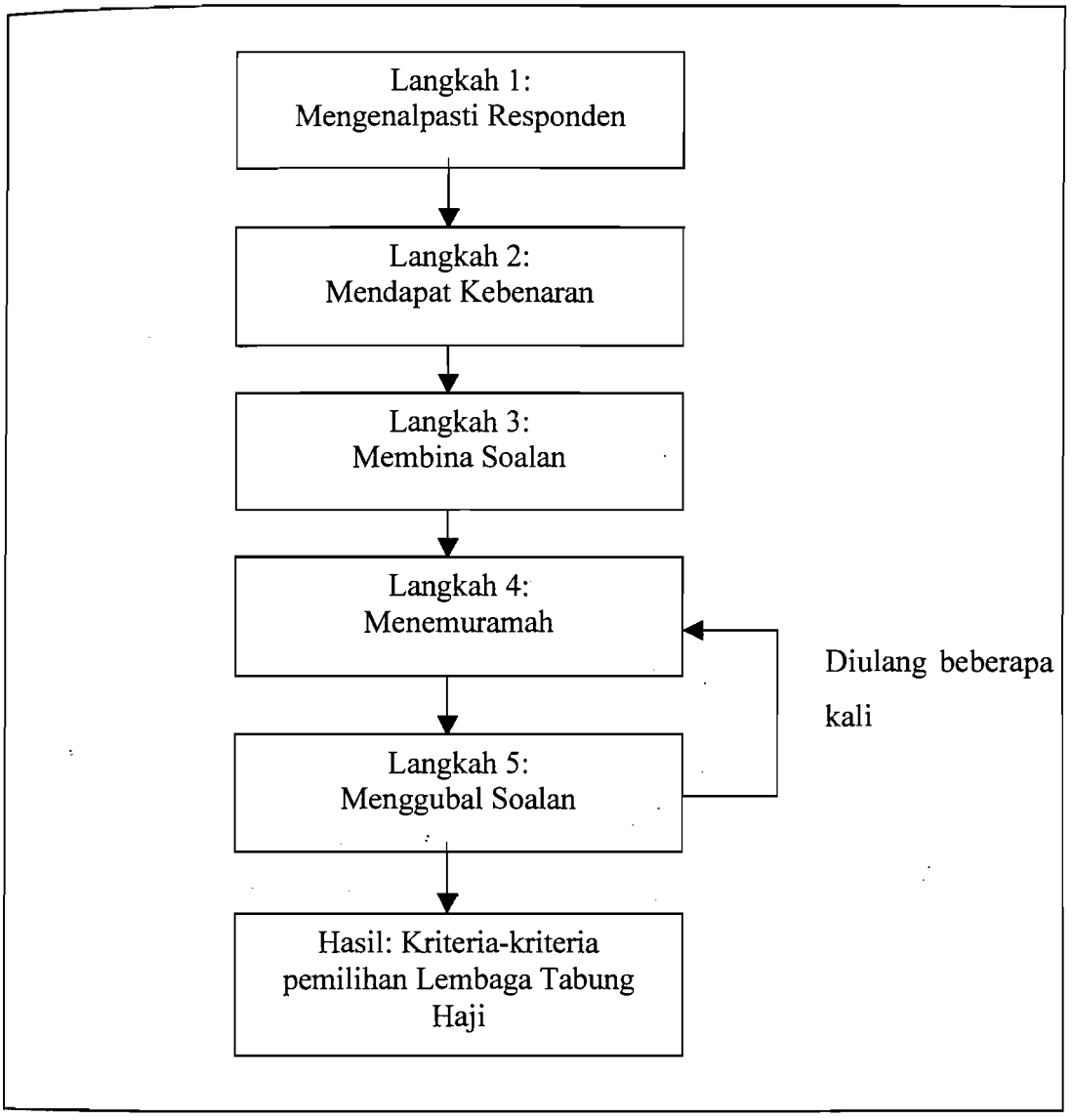
Kaedah Pengumpulan Data. Bagi mengumpul data kajian, kaedah temuduga tertumpu telah digunakan. Langkah pertama adalah mengenalpasti responden, kemudian diikuti dengan proses mendapatkan kebenaran daripada pihak responden. Langkah seterusnya adalah dengan membina soalan yang berkaitan dengan kajian kemudian diikuti langkah menemuduga responden yang telah dipilih. Langkah kelima adalah dengan menggubal soalan yang telah dijawab oleh responden seperti gamabarajah 3

Gambarajah 3 menunjukkan terdapat lima langkah yang perlu dilakukan dalam proses mendapatkan keputusan berkenaan kriteria-kriteria yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih Lembaga Tabung Haji sebagai institusi kewangan dan perbankan mereka. Setiap langkah adalah berturutan tetapi langkah keempat dan kelima perlu diulang beberapa kali ke atas setiap responden yang berlainan.

Sumber Data. Kajian ini dibuat melalui sumber data primer iaitu dengan kaedah temuduga tertumpu (convergent Interview). Penyelidik telah menemuduga beberapa responden yang dipilih secara rawak.

Kaedah Analisis Data. Kaedah analisis data yang digunakan dalam kajian ini ialah analisis kes bersilang (cross-case analysis). Kaedah ini dilaksanakan dengan menjalankan analisis terperinci ke atas setiap responden dalam menentukan kriteria pemilihan Lembaga Tabung Haji. Hasil kajian ini diperolehi daripada persamaan yang wujud di antara analisis-analisis yang telah dibuat ke atas setiap responden (Denzin 1983).

Gambarajah 3: Proses Pengumpulan data



Sumber : Dibina untuk kajian ini.

Kaedah ini dipilih adalah kerana ia dapat memberikan keputusan yang lebih tepat disebabkan ia dapat meningkatkan 'generalability' (Denzin 1983; Guba & Lincoln 1981; Miles & Huberman 1994). Dalam penyelidikan ini, penyelidik ingin mengetahui sejauhmanakah tahap kesesuaian maklumat yang diperolehinya daripada kajian yang telah dibuat dan adakah ia boleh digunapakai untuk situasi yang sama (Denzin 1983; Firestone & Herriott 1983). Ini adalah penting dalam usaha penyelidik untuk mendapatkan data-data yang lebih radikal iaitu maklumat yang lebih terperinci yang mana ia berbeza daripada maklumat-maklumat yang diperolehi sebelum ini (Denzin 1983).

Selain daripada itu, analisis ini dapat meningkatkan pemahaman dan penerangan (Glaser & Strauss 1967; Glaser & Strauss 1970) tentang sesuatu perkara yang dikaji (Denzin 1983). Ini adalah kerana apabila seseorang penyelidik mengkaji beberapa set situasi dalam masa yang sama, beliau akan mendapat gambaran yang lebih jelas dan mendalam serta luas tentang kajian yang dibuat. Penyelidik akan meramal kabarangkalian sesuatu kejadian atau keputusan sama ada sesuatu itu akan berlaku atau tidak. Kes pelbagai juga akan membantu penyelidik untuk mencari kes-kes negatif untuk membantu beliau menguatkan lagi sesuatu teori yang dibina melalui pemeriksaan ke atas persamaan dan perbezaan setiap kes (Denzin 1983). Melalui proses tersebut, ianya akan menjadi lebih mudah dan cepat berbanding kajian ke atas kes tunggal. Kes pelbagai bukan sahaja menyenaraikan situasi-situasi khusus dimana sesuatu keputusan akan berlaku tetapi juga membantu membentuk keputusan yang lebih umum tentang bagaimana situasi-situasi tersebut mengkin berkait anatara satu sama lain (Denzin 1983).

5.0 ANALISIS DATA DAN DAPATAN KAJIAN

Maklumbalas yang telah diberikan oleh responden telah membantu menndapat keputusan kajian yang tepat dan sahih. Hasil kajian kajian ini mendapati bahawa kriteria-kriteria yang telah mempengaruhi pelanggan untuk memilih Lembaga Tabung Haji adalah bertepatan dengan kajian yang dibuat oleh penyelidik-penyelidik perbankan konvensional. Keadaan ini amat berbeza dengan hasil yang telah diperolehi oleh penyelidik-penyelidik perbankan Islam terdahulu yang mana mereka tidak menyenaraikan beberapa elemen faktor 'non-material' seperti keselamatan, rupa bentuk bank dan teknologi.

Selain itu, perbezaan yang lebih jelas ialah dua elemen yang dikelaskan sebagai faktor 'material' iaitu caj atau yuran dan keuntungan, adalah dianggap tidak penting di dalam perbankan Islam sedangkan hasil yang diperolehi oleh kajian ini menunjukkan kedua-dua elemen tersebut merupakan faktor yang turut diambil kira oleh pelanggan. Keadaan ini berkemungkinan disebabkan mereka pengkaji perbanakan Islam mengandaikan bahawa elemen keuntungan sebagai kadar faedah atau riba' yang mana sebarang urusniaga yang berkaitan dengan riba' atau kadar faedah adalah haram disisi Islam seperti sabda Nabi S.A.W yang bermaksud;

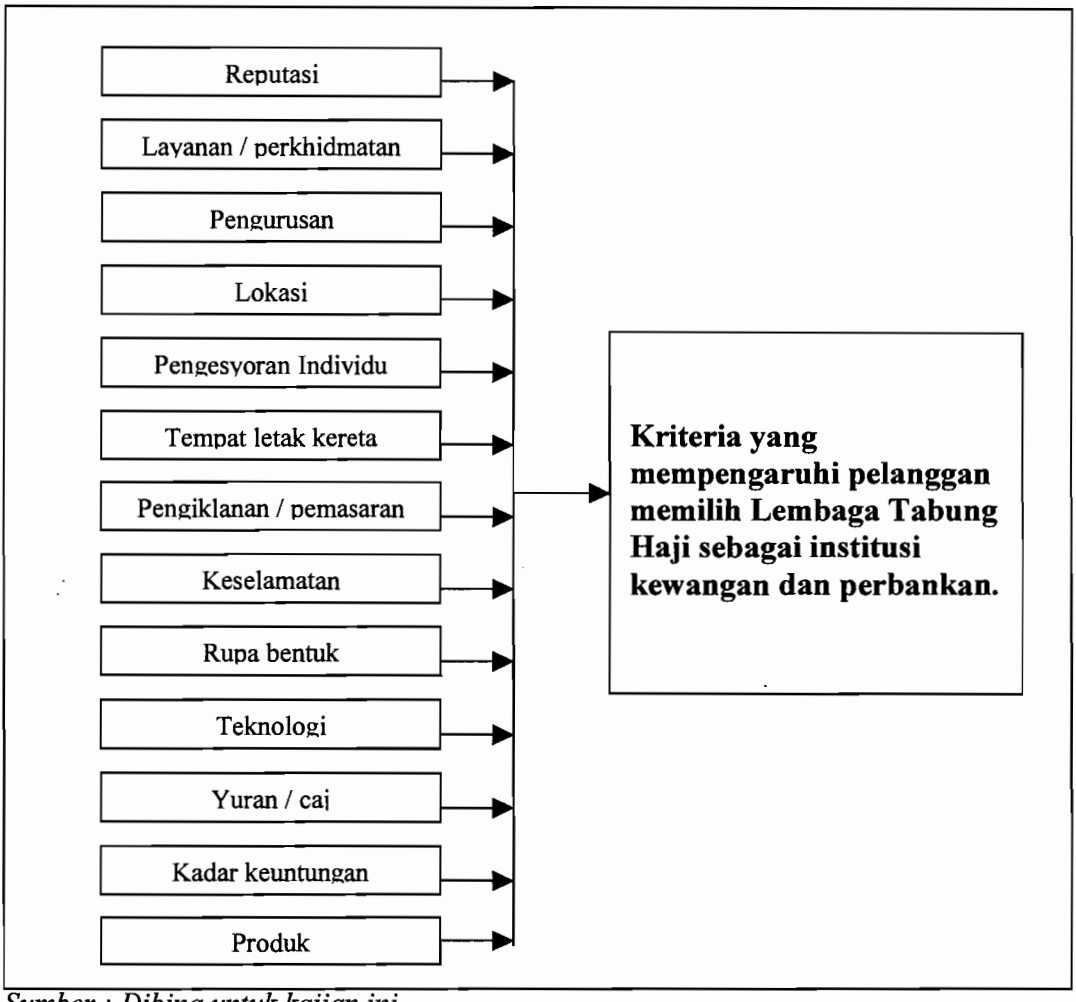
> *"Allah melaknak (mengutuk) orang yang makan riba' dan mengambil riba' serta memberinya dan penulisannya dan saksinya" (Imam Al-Bukhari).*

Sedangkan keuntungan yang dimaksudkan oleh pelanggan, khususnya responden yang telah ditemuramah, keuntungan merupakan ganjaran di atas pelaburan atau simpanan mereka setelah Lembaga Tabung Haji membiayai atau membangunkan sesuatu projek yang mengikut hukum bermuamalat yang telah digariskan oleh Islam.

Gambarajah 4 menunjukkan terdapat 13 kriteria yang mempengaruhi pelanggan dalam membuat keputusan untuk memilih Lembaga Tabung Haji sebagai institusi kewangan dan perbankan mereka. Kebanyakan daripada kriteria tersebut adalah sama seperti yang telah

dinyatakan oleh beberapa penyelidik terdahulu. Dalam hasil kajian penyelidik perbankan konvensional terdahulu, elemen kadar faedah telah disenaraikan sebagai salah satu faktor pemilihan oleh pelanggan tetapi kajian ini mendapati bahawa elemen tersebut adalah tidak benar. Walau bagaimanapun memandangkan majoriti responden mengambilkira berkenaan keuntungan yang mereka perolehi daripada Lembaga Tabung Haji, maka kajian ini menyenaraikan elemen kadar keuntungan sebagai salah satu faktor pemilihan pelanggan terhadap Lembaga Tabung Haji.

Gambarajah 4: Kriteria pemilihan Lembaga Tabung Haji oleh pelanggan.



Sumber : Dibina untuk kajian ini.

Hasil daripada analisis dan kesimpulan yang telah dibincangkan dalam kajian ini, kajian ini tidak mengkelaskan tiga belas elemen tersebut mengikut dua faktor iaitu faktor 'non-material' dan faktor 'material' memandangkan tidak ada responden yang menyatakan bahawa setiap elemen tersebut perlu dikelaskan kepada kelas-kelas yang tertentu.

6.0 IMPLIKASI DAN CADANGAN

Dengan terhasilnya kajian ini, penyelidik berharap agar pihak Lembaga Tabung Haji mengambil tindakan yang sewajarnya dalam memainkan peranannya bukan sahaja sebagai sebuah badan yang bertanggungjawab menguruskan jemaah haji tetapi juga sebagai sebuah institusi kewangan dan perbankan memandangkan Lembaga Tabung Haji merupakan salah satu komponen sistem perbankan yang terdapat di Malaysia.

Hasil daripada pandangan responden di sepanjang kajian dibuat, cadangan dibuat dengan harapan agar Lembaga Tabung Haji akan dapat memperbaiki dan meningkatkan lagi imejnya di mata masyarakat Islam sekaligus menjadi sebuah badan pengurusan haji yang efisyen dan institusi kewangan dan perbankan yang utama di Malaysia. Cadangan tersebut dipecahkan kepada dua kategori iaitu polisi dan pengurusan.

Polisi. Seperti yang semua maklum bahawa Lembaga Tabung Haji tidak menyediakan produk yang berunsurkan pinjaman kepada para pelanggannya. Oleh itu penyelidik mencadangkan Lembaga Tabung Haji menggubal satu garis panduan dan undang-undang baru yang mana garis panduan tersebut membenarkan Lembaga Tabung Haji mengembangkan lagi perniagaannya dengan menyediakan produk pinjaman kepada para pelanggannya.

Oleh itu penyelidik berpendapat, Lembaga Tabung Haji perlu menyediakan produk-produk pinjaman seperti pinjaman menunaikna haji, perumahan, pinjaman peribadi dan sebagainya yang meliputi prinsip-prinsip perbankan Islam seperti prinsip Qard Al-Hasan, Musyarakah, Mudharabah dan sebagainya. Kemudahan ini juga akan memberi kesan kepada peningkatan keuntungan bagi Lembaga Tabung Haji sekaligus menaikkan kadar dividen (keuntungan) yang akan dipeolehi oleh pelanggan-pelanggan

Pengurusan. Dalam pengurusan, penyelidik mencadangkan agar Lembaga Tabung Haji mempertingkatkan keberkesannya dalam dua aspek iaitu pengurusan teknologi dan pengurusan dalam pemasaran atau pengiklanan. Segala urusan dalam dunia hari ini menuntut kita untuk peka terhadap pencapaian dan kemajuan teknologi terutamanya dalam indisutri yang mempunyai banyak pesaing seperti industri kewangan dan perbankan, perniagaan dan sebagainya. Memandangkan rata-rata responden yang terpilih telah mengakui bahawa satu-satunya kriteria yang mereka paling tidak berpuashati terhadap Lembaga Tabung Haji ialah pencapaian badan tersebut dalam tahap *teknologi* yang lemah. Untuk mengatasi masalah ini, penyelidik menyarankan agar Lembaga Tabung Haji mengambil langkah secepat mungkin bagi menarik lebih ramai pelanggan disamping mengekalkan kesetiaan pelanggan yang sedia ada. Antara keperluan yang sangat diperlukan oleh pelanggan ialah penggunaan Mesin Teller Automatik (ATM) yang boleh melancarkan urusan pengeluaran dan pindahan wang. Kemudahan ini selain melancarkan urusan pengeluaran dan pindahan wang pelanggan pada waktu Lemabaga Tabung Haji tidak beroperasi, ia juga turut membantu Lembaga Tabung Haji meringakan bebanan kerja keatas kakitangan-kakitangannya dan ini boleh meningkatkan lagi mutu kerja mereka kerana mereka boleh memberi tumpuan kepada urusan kerja yang lain. Selain kemudahan ATM,

pihak Lembaga Tabung Haji juga perlu mewujudkan kemudahan 'On-Line Systems' yang (menyediakan kemudahan-kemudahan menyemak baki-baki akaun) oleh pelanggan, membayar bil-bil seperti elektrik, bil air dan sebagainya dan juga kemudahan pertanyaan pelanggan yang akan dijawab oleh kakitangan Lembaga Tabung Haji untuk memudahkan pelanggan mendapat sebarang maklumat yang diperlukan.

Hari ini kita sering didedahkan dengan kewujudan pelbagai agensi swasta yang menyediakan pelbagai perkhidmatan dan produk, sama ada melalui media elektronik mahupun media cetak. Berpegang hakikat ini, Lembaga Tabung Haji seharusnya mengambil tindakan drastik bagi mengelakkan pesaing-pesaingnya berjaya merebut kedudukannya sebagai sebuah badan yang menguruskan jemaah haji dan salah sebuah institusi kewangan dan perbankan. Lembaga Tabung Haji seharusnya menjalankan pelbagai aktiviti *pemasaran dan pengiklanan* untuk lebih menyerlahkan lagi badan tersebut di mata masyarakat. Sebagai sebuah badan yang menguruskan haji, Lembaga Tabung Haji tidak boleh terlalu berkeyakinan bahawa individu yang berhasrat untuk menunaikan haji, 'terpaksa' memilih Lembaga Tabung Haji kerana ia merupakan badan utama yang menawarkan perkhidmatan tersebut tetapi Lembaga Tabung Haji perlu peka dan mengakui kenyataan bahawa terdapat agensi-agensi lain yang turut menawarkan pakej tersebut, seperti Pantas Travel, Surffy Travel dan NH Marketing. Sebagai sebuah institusi kewangan dan perbankan, Lembaga Tabung Haji juga mempunyai pesaing yang bukan sedikit malah menurut laporan yang dikeluarkan oleh Bank Negara Malaysia jumlah bank dan institusi kewangan yang menawarkan produk perbankan Islam telah mencecah 21 buah pada tahun 1994, iaitu sembilan tahun yang lepas. Jika dihitung dalam jarak masa sembilan tahun ini, adakah tidak berlaku pertambahan dalam bilangan bank dan institusi kewangan yang terlibat dengan perbankan Islam? Adalah mustahil jika jawapannya tidak. Oleh itu, penyelidik mencadangkan Lembaga Tabung Haji untuk mengatasi masalah ini.

Untuk mengatasi masalah persaingan, Lembaga Tabung Haji perlu membuat aktiviti pemasaran dan pengiklanan dengan lebih efisyen dan berkesanm terutamnya melalui media elektronik. Langkah ini bukan sahaja untuk menarik pelanggan yang terdiri daripada mereka yang bercita-cita untuk menunaikan haji, malah untuk menarik kanak-kanak untuk memilih Lembaga Tabung Haji sebagai tempat mereka menyimpan wang. Persoalan yang mungkin timbul ialah bagaimana untuk menarik perhatian mereka? Ia terlalu luas ruang lingkupnya. Bagaimanapun penyelidik menyarankan beberapa cara yang boleh dilakukan dalam menarik perhatian kanak-kanak agar Lembaga Tabung Haji menjadi pilihan mereka, iaitu melalui pemberian ganjaran hadiah bagi penyimpan berjaya menyimpan sejumlah wang tertentu, pemberian ganjaran bagi pelanggan kanak-kanak yang berjaya membuat simpanan pada setiap bulan tanpa henti selama tempoh masa tertentu dengan jumlah bulanan tertentu dan sebagainya.

Sebagai kesimpulannya, dengan adanya saranan dan cadangan daripada penyelidik hasil daripada rungutan responden terhadap kelemahan-kelemahan Lembaga Tabung Haji, penyelidik berharap agar Lembaga Tabung Haji dapat mengambil tindakan secepat mungkin agar masa depan badan tersebut lebih terjamin dan cemerlang mengatasi pencapaian institusi kewangan dan perbankan yang lain.

SENARAI RUJUKAN

Aaker D.A. & Day G.S. (1990). Marketing Research. John Wiley, New York.

Abd. Ghafar Ismail & Surtahman Kastin Hasan. (1993). *Bank Perdagangan Di Malaysia: Struktur dan Pengurusan Dana.* DBP Kementerian Pendidikan Malaysia, Kuala Lumpur.

Abdullah Kamarul Zaman. (1996). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prestasi Perbankan Islam di Malaysia daripada Persepsi Kakitangan Institusi Kewangan Tersebut." Tesis Universiti Utara Malaysia.

Allred A.T. & Addams H.L. (1999). "Cost Containment and Customer Retention Practices at the Top 100 Commercial Banks, Savings Institutions and Credit Unions". *Managing Service Quality,* Vol. 9 (No. 5): 352-360.

Anderson, W.T., Jr Cox. E.P. & Fulcher, D.G. "Bank Selection Decision ang Market Segmentation." *Journal of Marketing,* Vol. 40, January 1976: 40-45.

Azhar Ahmad. (1996). "Faktor-Faktor yang Mendorong Pengguna memilih Bank Islam Malaysia Berhad: Satu Kajian Kes di BIMB Cawangan Jitra, Kedah." Tesis Universiti Utara Malaysia.

Azizah Haji Vaheed. (1996). "Persepsi Masyarakat Islam Terhadap Perkhidmatan Lembaga Tabung Haji Alor Setar, Kedah Darul Aman." Tesis Universiti Utara Malaysia.

Barnett A. & Sapoharo A. (1985). "The Parable of The Red Line". *Interfaces,* Vol. 15: 33-39.

Carson D., et. Al. (2001). *Qualitative Marketing Research.* SAGE, London.

Cheah Kooi Guan. (1994). *Institusi-Institusi Kewangan di Malaysia.* Dewan Bahasa dan Pustaka Kuala Lumpur & Pusat Pengajian Jarak Jauh Universiti Sains Malaysia Pulau Pinang.

Denzin, N.K. (1983). *Interpretive Interactionism. In G. Morgon (Ed), Beyond Method: Strategies for Social Research.* SAGE Publication, Beverly Hills.

Dick, B. (1990). *Convergent Interviewing, Version 3.* Chapel Hill, Brisbane.

Erol C & El-Bdour R. (1989). "Attitudes, Behaviour and Patronage Factors of Bank Customers Towards Islamic Banks". *International Journal of Bank Marketing,* Vol. 7 (No. 6): 31-37.

Erol C, Kaynak E. & El-Bdour R. (1984). "Conventional and Islamic Banks: Patronage Behaviour of Jourdanian Customers". *International Journal of Bank Marketing,* Vol. 8 (No. 4): 25-35.

Evans, R.H. (1976). "Bank Selection: It All Depends on the Situation." *Journal of Bank Research,* Winter: 240-246.

Faoziah Idris. (2000). *Operasi Bank Perdagangan di Malaysia.* Universiti Utara Malaysia.

Firestone, W.A. & Herriott, R.E. (1983). "The Formalization of Qualitative Research: An Adaptation of 'Soft' Science to the Policy World." *Evaluation Review,* Vol. 7: 437-466.

Francis, K.W. (1968). *Credit Union Dinamics.* Madison, Wisconsin, Cuna International, Inc.

Gardener E.P.M., Molyneux P., Williams J. & Carbo S. (1997). "European Savings Banks: Facing Up to The New Environment". *International Journal of Bank Marketing,* Vol. 15 (No. 7): 243-254.

Ginovsky J. (1998). "Savings Bond Go High Tech". *Business Credit,* Vol. 100 Issue 10, Nov/Dec 1998: 43-50.

Glaser, B.G. & Strauss, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research.* Chicago, Aldine.

Glaser, B.G. & Strauss, A.L. (1970). *Discovery of Substantive Theory. In W. Filstead (Ed). Qualitative Methodology.* Chicago, McNally: 288-297.

Guba, E.G. & Lincoln, Y.S. (1981). *Effective Evaluation: Improving the Effectiveness of Evaluation Results Through Responsive and Naturalistic Approches.* San Francisco: Jossey-Bass.

Hensel & James S.C. (1990). "Service Quality Improvement and Control: A customer-Based Approach". *Journal of Business Research,* Vol. 20: 43-54.

Jasni Mohd. Ali. (1996). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Terhadap Pemilihan Bank Islam Malaysia Berhad Cawangan Machang, Kelantan." Tesis Universiti Utara Malaysia.

Kamus Besar Bahasa Melayu Utusan. (1995). Utusan Publication & Distribution Sdn Bhd, Kuala Lumpur.

Kamus Dewan. (1989). Dewan Bahasa dan Pustaka. Kementerian Pendidikan Malaysia, Kuala Lumpur.

Kamus Oxford. (1995). Dewan Bahasa dan Pustaka. Kuala Lumpur.

Kamus Pelajar. (1992). Dewan Bahasa dan Pustaka. Kementerian Pendidikan Malaysia, Kuala Lumpur.

Kaufman, G.G. (1967). "Business Firm and Household View Commercial Bank: A Survey A Appleton, Wisconsin." *Report to the Federal Reserve Bank of Chicago.* Chicago, Federal Reserve Bank.

Kaynak E, Kucukemiroglu O. & Odabasi Y. (1991). "Commercial Bank Selection in Turkey". *International Journal of Bank Marketing,* Vol. 9 NO. 4: 30-39.

Kaynak, E. & Yavas, U. (1985). "Segmenting the Banking Market by Account Usage: An Empirical Investigation." *Journal of Profesional Services Marketing,* Vol. 1 (No. ½): 177-188.

Kaynak, E. (1986). "How To Measure Your Bank's Personality: Some Insights From Canada." *Internationals Journal of Bank Marketing,* Vol. 4 (No. 3).

Kemajuan Perbankan Islam Memuaskan. (1999). Majlis Tindakan Ekonomi Negara, Utusan Malaysia, 25 September 1999.

King, B. (1994). "Island Resort Holidays in Queensland and Fiji as Viewed by Australian Travellers." *Tourism Research Conference.* Gold Coast, Australia.

Krachenberg, A.R. (1963). *The Marketing of Services with Particular Reference to Commercial Bank Services.* Unpublished Doctoral Dissertation, University of Michigan.

Laporan Tahunan 1994. Lembaga Tabung Haji.

Laporan Tahunan 1995, Bank Islam Malaysia Berhad.

Laporan Tahunan 1998. Lembaga Tabung Haji.

Laporan Tahunan 1999, Lembaga Tabung Haji.

Laroche M., Rosenblatt J.A. & Manning T. (1986). "Services Used and Factors Considered Important in Selecting a Bank: An Investigation acrass Diverse Demographic Segments". *International Journal of Bank Marketing,* Vol. 4 (No.1): 35-55.

Larson R.C. (1987). "Perspectives on Queus Social Justice and The Psychology of Queuing". *Operations Research,* Vol. 35: 895-905.

Malhotra, N. (1993). *Marketing Research: An Applied Orientation.* Prentice Hall, Englewood Chiffs.

Master, H. (1999). *Database Marketing Segmentation for Strategy Formulation in Australia Industries.* PhD Thesis, University of Southern of Queensland, Toowoomba Australia.

Meidan, A. (1984). *Bank Marketing Management.* Macmillan. London.

Miles, B.M. & Huberman, A.M. (1994). *An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis, 2nd Edition.* SAGE Publication, United States of America.

Mohd. Amy Azhar B. Hj. Mohd. Harif. (2002). *Financial Planning in The Establishment a New Franchise System in Malaysia: An Action Research Study.* PhD Thesis, University of Southern Queensland.

Mohd. Muslehuddin (Terjemahan). (1988). *Urusan Bank dan Hukum Islam.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Mohd. Radzi Mohd. Amin. (1996). "Skim Perbankan Tanpa Faedah: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Para Pelajar UUM Menyertainya." Tesis Universiti Utara Malaysia.

Morgan, D.L. (1988). Fo*cus Group as a Qualitative Research.* SAGE, Newbury Park.

Moutinho L & Browlie D.T. (1989). "Customer Satisfaction with Bank Services: A Multi-Dimentional Space Analysis". *International Journal of Bank Marketing,* Vol. 7 (No. 5): 23-27.

Muhammad Kamal Azhari. (1993). *Bank Islam, Teori dan Praktik.* Dewan Pustaka Fajar, Kuala Lumpur.

Nair, G.S. & Riege, A.M. (1995). "Using Convergent Interviewing to Develop the Research Problem of a Post Graduate Thesis." *The Proceedings of the Marketing Educators and Researchers International.* Gold Coast, Australia.

Noor Aidawati Mat Hassan. (2002). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Untuk Memilih dan Menggunakan Perkhidmatan di Bank Islam Malaysia Berhad: Satu Kajian Kes di Kuala Ketil, Kedah." Tesis Universiti Utara Malaysia.

Nora Azureen. (2001). *Pengurusan Perbankan Islam.* Universiti Utara Malaysia.

Penyimpan Tabung Haji Sebenarnya Diberi Dividen 8%. Utusan Malaysia, 20 Febuari, 2001.

Rosli Mahmood. (1998). *Perbankan dan Pemberian Pinjaman.* Utusan Publications & Distribution Sdn Bhd, Kuala Lumpur.

Rosmaliza Rashid. (2000). *Pengurusan Dana, Wang dan Institusi Kewangan.* Universiti Utara Malaysia.

Patton M.Q. (1987). *How to Use Qualitative Methods in Evaluation.* SAGE Publications. Newbury Park.

Schneider, B. (1985). "Employee and Customer Perceptions of Services Banks: Replication and Extension." *Journal of Applied Psychology,* Vol. 70: 423-433.

Sobri Salomon. (1988). *Perniagaan Menurut Pandangan Islam.* Kuala Lumpur: Pustaka Al-Rahmaniah.

Sudin Haron. (1996). *Prinsip dan Operasi Perbankan Islam.* Berita Publishing Sdn. Bhd, Kuala Lumpur.

Tabung Haji Raises RM500,000. The Star, 10 April, 2003.

Tan, C.H. & Chua, C. (1986). "Intention, Attitudes and Social Influence in Bank Selection: A Study in an Oriental Culture." *The International Journal of Bank Marketing,* Vol. 4 (No.3): 43-53.

Wimmer, R.D. & Dominick, J.R. (1983). *Mass Media Research: An Introduction.* Belmont, Wadsworth.

Zeithmal & Valarie A. (1988). "Communication and Control Process in The Delivery of Service Quality". *Journal of Marketing,* Vol. 52: 35-48.

Ziauddin Ahmad. (1989). "Islamic Banking at The Crossroads". *Journal of Islamic Economic,* Vol.2 (No. 1), January 1989.

Zung & Micheal M. (1998). "Choosing A Bank For Export Collections Services". *Business Credit,* Vol. 100 Issue 10, Nov/Dec 1998: 43-50.

_____. (1994). *Wang dan Urusan Bank di Malaysia.* Bank Negara Malaysia.

_____. (1995). *Majalah Dataniaga,* Disember 1995.

_____. (1999). *Bank Negara Malaysia dan sistem Kewangan di Malaysia.* Bank Negara Malaysia.

_____. (2001). *Jadikan Amanah Prinsip Kerja Tabung Haji.* Utusan Malaysia.