

Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas

Nine Septa Maharani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia
e-mail: nineseptamaharani9@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas (Studi Kasus Pegadaian Syariah Lumajang). Adapun rumusan masalah yang di paparkan dalam penelitian (1) Apakah Promosi dan Fluktuasi harga secara bersama – sama berpengaruh terhadap minat nasabah pada tabungan emas di Pegadaian Syariah ? Sedangkan tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga terhadap minat nasabah pada tabungan emas di Pegadaian Syariah

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, keusioner, wawancara, yaitu data yang mengandung keterangan serta penjelasan nasabah dalam menabung emas. Kemudian dilakukan analisis terhadap data – data yang di peroleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas, Uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji F dan uji T serta uji analisis koefisien determinasi (R²). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dari perhitungan regresi linier berganda variabel promosi (X₁) variabel promosi tidak berpengaruh terhadap variabel minat. hal ini dibuktikan dengan hasil output nilai t hitung sebesar $-1.923 < 1,996$, artinya jika promosi ditingkatkan maka minat investasi emas akan menurun. variabel fluktuasi harga (X₂) berpengaruh terhadap variabel minat. hal ini dibuktikan dengan hasil output nilai t hitung sebesar $6.658 > 1,996$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya jika fluktuasi harga naik maka minat investasi akan meningkat.

Kata Kunci: promosi, fluktuasi, minat.

1. Pendahuluan

Persaingan dalam industri jasa gadai yang cukup banyak dan mudah ditemui di berbagai tempat, berpotensi mengurangi penjualan produk suatu perusahaan dalam industri. Karena semakin ketatnya persaingan, perusahaan dituntut untuk selalu memberikan layanan terbaik dan mudah kepada nasabah agar perusahaan tetap dapat mempertahankan pangsa pasar dan kualitas perusahaan dalam bidang industri.

Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan non bank, dalam operasionalnya berpegang pada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa atau bagi hasil.¹

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 402.

PT Pegadaian Syariah merupakan salah satu lembaga perkreditan yang memiliki tujuan khusus yaitu sebagai lembaga yang menyalurkan uang pinjam atas dasar hukum gadai untuk mencegah praktik, pegadaian gelap, riba, serta pinjaman tidak wajar lainnya, Perum Pegadaian merupakan salah satu sarana pemerintah dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Promosi merupakan sarana yang sangat ampuh untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk pegadaian dan mempertahankan nasabahnya, salah satu tujuan promosi adalah memberi informasi dan memperkenalkan segala jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan berusaha menarik minat calon nasabah baru, kemudian berfungsi meningkatkan nasabah akan produk dan promosi mempengaruhi masyarakat untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra pegadaian dimata nasabahnya.²

Pegadaian saat ini sedang gencar mempromosikan produk baru yang telah diterbitkan yaitu produk Tabungan Emas. Tabungan emas merupakan suatu produk jasa yang melayani transaksi pembelian dan penjualan emas serta memberikan fasilitas titipan dengan harga terjangkau, sebenarnya konsep tabungan emas tersebut adalah membeli emas dan menitipkan emas tersebut di Pegadaian. Namun, pembeli bisa dicicil (berangsur - angsur). Melihat dari harga emas, emas terkenal bahwa tidak mudah dipengaruhi inflasi atau penurunan harga, terlebih dengan pasang surutnya perekonomian global, setiap orang dapat menilai dan

melihat pergerakan emas. Sekalipun harga emas fluktuatif, harga emas memiliki kecenderungan naik. Oleh sebab itu, emas selalu menjadi pilihan mudah bagi banyak orang. Dan merupakan produk investasi yang *familier* di masyarakat. Dengan majunya teknologi saat ini, investasi emas pun bisa menjadi lebih mudah.³ Untuk itu peneliti menilai penting untuk mengadakan penelitian dan membahas masalah tersebut dengan judul “Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga mas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas (Studi Kasus Pegadaian Syariah Lumajang)”.

Kajian Teori

▪ Investasi

Kata investasi merupakan kata adopsi dari bahasa Inggris, yaitu *Invest*. Kata Invest sebagai kata dasara dari invesmen yang memiliki arti menanam. Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan saat ini, dengan tujuan memperoleh sejuta keuntungan di masa datang⁴. Menurut Huda investasi dibagi menjadi dua investasi pada *financia Asset* yang dilakukan di pasar modal, misanya berupa saham, obligasi, *warrant*, opsi dan lainnya. Sedangkan investasi pada *Real Asset* dapat dilakukan dengan pembelian *Asset* produktif, pendirian pabrik, pembukaan, pertambangan, perkebunan dan lainnya⁵.

Dalam Islam investasi merupakan kegiatan muamalah yang sangat dianjurkan, karena dengan berinvestasi harta yang dimiliki menjadi produktif dan mendatangkan manfaat bagi orang lain. Dalam prespektif

² Feddy Rangkuti, 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama), 52.

³ Blog.e-mas.com/2017/12/18 *Keunggulan Investasi Emas* \ di Akses pada 12 Maret 2018).

⁴ Indah Yuliana, *Investasi Produk Keuangan Syariah* (Malang: UIN Maliki press, 2010), 2.

⁵ Yuliana, *Investasi Produk*, 2

Ekonomi Islam, investasi bukanlah bercerita tentang berapa keuntungan materi yang bisa didapatkan dengan investasi tersebut, akibat implementasi mekanisme zakat, maka aset produktif yang dimiliki seseorang pada jumlah tertentu (memenuhi batas nisab zakat) akan selalu dikenakan zakat, sehingga hal ini akan mendorong pemiliknya untuk mengembangkannya untuk investasi. Dengan demikian melalui investasi tersebut pemilik aset memiliki potensi mempertahankan jumlah dan nilai asetnya.⁶

▪ **Lembaga Keuangan**

Sistem keuangan di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank, secara umum lembaga keuangan di Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut, lembaga keuangan bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan yang lengkap artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan, sehingga berbicara mengenai lembaga keuangan tidak terlepas dari masalah keuangan.⁷

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip – prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Adapun yang dimaksud dengan prinsip syariah diantaranya tidak berunsur *mayyir, gharar, haram, riba, dan bathil*.⁸

Bank syariah pun saat ini juga ada hadir di Indonesia, kehadiran bank yang berdasarkan syariah di

Indonesia masih relative baru, yaitu baru pada awal tahun 1990, meskipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia. Prakarsa untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama (MUI) pada 18-20 Agustus 1990. Namun diskusi tentang Bank Syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal tahun 1980.⁹

Sedangkan lembaga keuangan non bank merupakan lembaga keuangan yang lebih banyak jenisnya dari lembaga keuangan bank. Secara operasional dibentuk dan diawasi oleh Departemen Keuangan yang dijalankan oleh Bapepam LK. Pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip – prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional MUI. Lembaga keuangan non bank antara lain, sebagai berikut.¹⁰

○ **Koperasi Simpan Pinjam**

Koperasi adalah suatu kumpulan dari orang – orang yang mempunyai tujuan atau kepentingan bersama.¹¹ Dalam membentuk koperasi atas dasar kekeluargaan dan gotong royong khususnya untuk membantu para anggotanya yang memerlukan bantuan baik berbentuk barang atau pinjaman uang. Koperasi yang disebut sebagai lembaga pembiayaan adalah koperasi simpan pinjam adalah usaha pembiayaan, yaitu menampung dana atau uang dari para nasabah nya dan kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada anggotanya atau masyarakat umum.

⁶ Yuliana, *Investasi Produk*, 14 – 15

⁷ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta, PT Grafindo Persada, 2014), 24

⁸ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), 35 - 36

⁹ Kasmir, *Bank & Lembaga* 165

¹⁰ Soemitra, *Bank & Lembaga*, 46

¹¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), 46

○ **Sewa Guna Usaha (*Leasing*)**

Pengertian sewa guna secara umum adalah perjanjian antara *lessor* (perusahaan leasing) dengan *lessee* (nasabah) dimana pihak *lessor* menyediakan barang dengan hak guna oleh *lessee* dengan imbalan pembiayaan sewa untuk jangka waktu tertentu.¹²

○ **Asuransi Syariah**

Asuransi Syariah (*ta'min, takaful atau tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan saling tolong menolong diantara sejumlah orang /atau pihak melalui bentuk investasi dan bentuk asset dan /atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.¹³

○ **Pasar Modal**

Pengertian pasar modal secara umum merupakan suatu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam rangka memperoleh modal. Penjualan dalam pasar modal merupakan perusahaan yang membutuhkan modal (*emiten*), sehingga mereka berusaha untuk menjual efek – efek di pasar modal. Sedangkan pembeli (investor) adalah pihak yang ingin membeli modal di perusahaan yang menurut mereka menguntungkan.¹⁴

○ **Modal Ventura**¹⁵

Dalam melakukan suatu kegiatan investasi tidak semua investasi dapat dilakukan dengan

mudah, Karena hampir semua investasi mengandung suatu resiko kerugian. Bagi investasi yang mempunyai resiko rendah hampir semua investor ingin melakukannya. Akan tetapi jika investasi tersebut memiliki resiko tinggi, maka tidak mudah untuk mencari investor yang mau melakukannya.

Adalah perusahaan modal ventura yang berani melakukan investasi dimana investasi tersebut mengandung suatu resiko tinggi. Keputusan ini dibuat dengan berbagai pertimbangan tentunya dan hal ini sesuai pula dengan maksud dan tujuan didirikannya perusahaan modal ventura, yaitu melakukan penanaman modal dalam suatu usaha yang mengandung resiko tinggi.

○ **Pegadaian Syariah**

Perusahaan pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menyediakan pinjaman dengan jaminan tertentu. Jaminan nasabah tersebut digadaikan, kemudian ditaksir oleh pihak pegadaian untuk menilai besarnya nilai jaminan. Besarnya nilai jaminan akan mempengaruhi jumlah pinjamannya. Sementara ini usaha pegadaian secara resmi masih dilakukan pemerintah. Sedangkan pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang pada prinsip – prinsip islam yaitu menggunakan akad *Rahn*.¹⁶

¹² Kasmir, *Bank dan Lembaga*, 240

¹³ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), 47

¹⁴ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), 182

¹⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), 278

¹⁶ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), 50

▪ Pegadaian Syariah

○ Pengertian Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah merupakan salah satu lembaga keuangan lainnya yang sudah lama beroperasi di Indonesia. Lembaga ini sudah cukup lama sejak zaman colonial, yang sangat dibthkan oleh rakyat kecil. Pinjaman yang diberikan didasarkan pada nilai barang jaminan yang disederhanakan, tujuan lembaga ini adalah mencegah rakyat kecil yang membutuhkan pinjaman agar tidak jatuh ke tangan para pelepas uang yang dalam pemberian pinjaman menggunakan bunga (*rentenir*).¹⁷

Pegadaian syariah juga dapat membantu masalah ekonomi di Negara Indonesia dengan system yang cepat dan berjangka pendek. Dan pegadaian syariah juga memberikan keamanan bagi semua nasabah. Pegadaian syariah sebagai salah satu solusi yang muncul di tengah kegelisahan masyarakat terhadap praktik – praktik penipuan. Secara konsep pegadaian syariah terfokus pada mekanisme pengelolaannya secara umum ciri – ciri dari pegadaian adalah transaksi dari pemilik dana (modal) dengan pemilik barang.¹⁸

Gadai adalah kegiatan menjaminkan barang – barang berharganya berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan di tebus kembali sesuai dengan

perjanjian anatar nasabah dengan lembaga gadai.¹⁹

Pegadaian Syariah dalam menjalankan oprasionanya berpegangan pada prinsip syariah. Pada dasarnya produk – produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atau jasa dan / atau bagi hasil. Perusahaan Pegadaian syariah juga terdapat akad – akad yang terpakai dalam perusahaan salah satunya yaitu Rahn²⁰

▪ Tinjauan tentang Minat

○ Definisi Minat

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen – konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi jasa atau barang.²¹ Minat beli merupakan bagian terpenting dari seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian. Menurut penulis minat seorang nasabah atau pengguna jasa dan barang pasti akan mengarah kepada keputusan pembelian.

¹⁷ Anisya Putri Syam Sinambela, *Penerapan system Gadai Emas Pada Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi*, (Sumatra Utara, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara) skripsi jurusan ekonomi islam, 2019

¹⁸ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain: Teori kebijakan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 595

¹⁹ Kasmir, *Bank & Lembaga* 230

²⁰ Kasmir, *Bank & Lembaga* 231

²¹ Ikhwan Susila dan Fathurrahman, *Service Value: Sebuah Variabel Pemediator Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli*, Jurnal Emperika, Vol.17, No.1, (Juni 2014), 42

○ **Indikator minat**

Indikator – indikator yang digunakan untuk mengukur minat adalah²²

• Ketertarikan

Dalam hal ini ketertarikan menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.

• Keinginan

Ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki.

• Keyakinan

Ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

○ **Faktor – faktor yang mempengaruhi minat**

• faktor kebudayaan

Merupakan faktor yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang yang muncul karena dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

• faktor Sosial

✓ Kelompok : terdiri dari perkumpulan orang – orang yang mempengaruhi langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang

✓ Keluarga : merupakan bagian yang mempunyai hubungan darah

• Faktor pribadi

✓ Kepribadian dan konsep

✓ Gaya hidup

✓ Pekerjaan

✓ Keadaan ekonomi

✓ Umur dan tahapan dalam siklus hidup

▪ **Tinjauan tentang Promosi**

○ **Definisi Promosi**

Promosi merupakan pintu utama untuk dapat memasuki suatu perusahaan yang menyediakan produk untuk di perjualkan kepada konsumen. Dari pintu itu para produsen melangkah menuju misi utamanya, yaitu menguasai dan merekrut calon nasabh sebanyak – banyaknya dalam tenggat waktu yang secepat – cepatnya.²³

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan.²⁴

Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi, penjualan dan publisitas. Tujuan yang diharapkan dari promosi agar konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.²⁵

Dalam islam mempromosikan suatu barang dioerbolehkan hanya saja suatu barang dalam promosi tersebut mengedepankan kejujuran dan menjauhi penipuan. Disamping itu metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariah islam.²⁶

²³ Didih Suryadi , *Promosi efektif menggugah minat dan loyalitas pelanggan*, (Jakarta: Platinum, 2013),13

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Klaten: PT Intan Sejati Klaten,2005), 49

²⁵ Kasmir, *Bank dan Lemabag Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2012), 27

²⁶ Muhammad Firdaus iNH, dkk. *Dasar dan Strategi Pemasaran* , (Jakarta: Renainsan, 2005), 23

²² Ikhwan Susila dan Fathurrahman, *Service Value: Sebuah Variabel Pemediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan*.45

Pemasaran sebagai sebuah proses social yang dengan prose situ individu dan klompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk atau jasa yang bernilai dengan pihak lain.²⁷

○ **Indikator promosi**

Adapun indikator-indikator promosi menurut Philip Kotler adalah :²⁸

- Promosi Penjualan
- Periklanan
- Tenaga Penjualan
- Kehumasan/Publik Relation
- Pemasaran Langsung

▪ **Fluktuasi harga**

○ **Definisi Fluktuasi Harga**

Emas merupakan logam mulia yang sangat diminati oleh banyak orang, komoditas ini juga mengikuti alur inflasi sehingga ketika inflasi sangat tinggi saat itulah harga emas juga akan melebung tinggi. Demikian juga dengan inflasi turun maka harga emas pun akan menurun jika dinyatakan dalam harga rupiah, harga emas memiliki keunikan, selama ini, harga emas di Indonesia memiliki kecenderungan selalu naik dan nilainya tidak terlalu signifikan jika turun, hal itu terjadi karena ketika harga emas dalam harga dolar Amerika Serikat (AS) turun, harga dolar AS terhadap rupiah cenderung menguat.²⁹

Berikut ini beberapa situasi ekonomi yang sering mempengaruhi harga emas.³⁰

• **Perubahan *Kurs***

Melemahnya kurs dollar AS biasanya mendorong kenaikan harga emas dunia. Hal ini disebabkan karena para investor memilih untuk menjual mata uang dollar milik mereka dan kemudian mereka membeli emas yang dinilai mampu melindungi nilai asset yang mereka miliki. Sebagai contoh pertengahan Mei 2015 nilai tukar mata uang dollar terhadap nilai tukar mata uang lain terus menurun, sementara harga emas naik terus.

• **Situasi Politik Dunia**

Kenaikan harga emas pada tahun 2002 dan awal 2003 terjadi sebagai dampak dari akan dilakukannya serangan ke Irak oleh sejutu yang dikomando AS. Pelaku pasar beralih investasi dari pasar uang dan pasar saham ke investasi emas sehingga permintaan emas melonjak naik.

• **Supply dan permintaan**

Supply salah satu hal yang dapat mempengaruhi *Supply* dan permintaan (*supply and demand*) dari harga emas adalah kejadian pada pertengahan tahun 1980. Pada tahun itu, penjualan forward oleh pertambangan selalu dipersalahkan atas terjadinya kenaikan harga emas. Dalam kerangka bisnis, sebenarnya perilaku perusahaan tersebut masuk akal. Dengan melakukan forward ketika harga emas menguat mereka dapat mengamankan harga output tambang pada harga yang menarik.

Contoh lainnya, kasus pada pertengahan tahun 1998 dimana harga emas terus merosot. Saat itu bank – bank sentral di Eropa

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Klaten: PT Intan Sejati Klaten, 2005), 10

²⁸ Kotler, *Manajemen*, 132.

²⁹ Joko Salim, *Jangan Investasi Emas Sebelum Membaca Buku Ini* (Jakarta : Vsis Media, 2010), 1-3

³⁰ Salim, *Jangan Investasi Emas* , 1-3

menyatakan akan mengurangi cadangan emasnya sesuai dengan pemberlakuan mata uang euro. Harga emas langsung anjlok di sekitar 290 dollar per troy ounce

- Situasi Ekonomi Global

Sekitar 80% dari total suplai emas digunakan industri perhiasan. Konsumsi perhiasan merupakan merupakan pengaruh besar pada sisi permintaan. Situasi ekonomi yang tidak menentu dapat mengakibatkan inflasi tinggi. Emas bisa digunakan sebagai alat pelindung nilai terhadap inflasi.

- Suku bunga

Ketika tingkat suku bunga naik, ada urusan yang besar untuk menyimpan uang pada deposito ketimbang emas yang tidak menghasilkan bunga (Non interest-bearing) ini akan menimbulkan tekanan pada harga emas, sebaliknya ketika suku bunga turun harga emas cenderung turun

Secara teori, jika suku bunga jangka pendek naik, harga emas turun. Di Indonesia teori ini tidak selalu berjalan. Pada tahun 1998, karena nilai tukar rupiah merosot tajam terhadap mata uang dollar AS, pemerintah menaikkan tingkat suku bunga secara signifikan. Harapannya, menahan laju kenaikan nilai tukar dollar AS. Akibatnya walaupun tingkat suku bunga naik, harga emas juga naik.

- Indikator fluktuasi harga

Indikator – indikator harga menurut Robert Gain adalah³¹ :

- Keterjangkauan harga
- Menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga agar produk yang dijual oleh pesaing agar produknya dapat bersaing di pasar
- Kesesuaian harga dan manfaat
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk untuk produk tertentu
- Daya saing harga, perusahaan lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

2. Permasalahan

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang mungkin benar atau mungkin juga salah. Hipotesis ini akan ditolak jika salah satu palsu, dan akan diterima jika fakta – fakta membenarkannya. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil – hasil penyelidikan terhadap fakta – fakta yang dikumpulkan³². Dalam penelitian ini ditemukan hipotesisnya:

H_0 = tidak ada pengaruh promosi dan fluktuasi harga terhadap minat nasabah di Pegadaian Syariah Lumajang

H_a = ada pengaruh promosi dan fluktuasi harga terhadap minat nasabah di Pegadaian Syariah Lumajang

3. Metodologi

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi

³¹ Robert Gain dkk, “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda*”. *Performe Jurnal Manajemen dan Start – Up Bisnis*, Vol. 2, no. 2 (Juni 2017), 142

³² Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung : Pustaka Setia, 2008), 103

atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³³

Dengan menginterpretasikan variabel *independen* yakni Promosi dan Fluktuasi Sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel *dependen* yaitu minat nasabah pada produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah.

Jenis Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe *explanatory research* yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa yang dirumuskan atau seringkali disebut sebagai penelitian penjelas. Penelitian ini memiliki tingkat yang tinggi karena tidak hanya mempunyai nilai mandiri maupun membandingkan tetapi juga berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan juga mengontrol suatu gejala dengan pendekatan kuantitatif.³⁴

Populasi

Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi, elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan di ukur, yang merupakan unit yang diteliti. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya³⁵. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah 235 nasabah di Pegadaian Syariah Lumajang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi³⁶. Dalam penelitian ini sampel yang di gunakan adalah data sekunder tabungan emas.. Dalam hal ini yang memiliki kriteria pengambilan sampel yaitu 150 nasabah dengan kualifikasi Sebagai nasabah tabungan emas di pegadaian syariah Lumajang.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini adalah teknik *Random Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan acak karena jumlah sampel melebihi dari 100 orang.³⁷ Teknik *Random Sampling* disebut acak, serampangan, tidak pandang bulu/ tidak pilih kasih, objektif, sehingga seluruh elemen populasi mempunyai kesempatan untuk menjadi sampel penelitian.³⁸

$$n = \frac{N}{N.d + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi = 235 Responden

d = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

³⁵ Sugioyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, (Bnadung, Alfabeta, 2009), 126

³⁶ Sugioyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 127

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 66

³⁸ Tukiran Taniredja, dan Hidayati MUstida, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, (Bandung: Alfabeta, cv, 2014), 49

³³ Sugioyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, (Bnadung, Alfabeta, 2009), 8

³⁴ Masri Singarimbun dan Sofian Hadi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta : LP3S, 2008),4

$$n = \frac{N}{235} = \frac{70}{235} = 0,29787234$$

$$N \cdot d^2 + 1 = (235) \cdot 0,1^2 + 1 = 23,35$$

Variabel Penelitian

Variabel adalah gejala yang bervariasi, yang akan menjadi objek penelitian ini terdapat dua variabel bebas (*independen variable*) (X) dan satu variabel terikat (*dependen Variable*) (Y). Variabel Bebas (*Independen Variable*).³⁹

▪ Variabel bebas (*Independen Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat⁴⁰. Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu Promosi dan Fluktuasi

▪ Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi⁴¹. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu Minat.

Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional adalah variable penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis instrumen⁴².

▪ Minat

Minat adalah salah satu aspek psikologi yang mempunyai pengaruh besar terhadap sikap keputusan yang akan dilakukan dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam

melakukan apa yang hendak mereka lakukan⁴³.

▪ Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang sering dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di perusahaan tersebut⁴⁴. Dalam penelitian ini promosi yang dimaksud adalah promosi Tabungan Emas.

▪ Fluktuasi harga

Fluktuasi harga emas adalah fenomena naik turunnya harga emas menurut Adam Smith tinggi rendahnya harga pasar itu akan naik turun menurut suatu hukum, yang disebut dengan hukum yaitu penawaran dan permintaan.⁴⁵ Fluktuasi harga yang dimaksud adalah fluktuasi dalam Tabungan emas di Pegadaian syariah Lumajang

Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

▪ Observasi

Observasi adalah suatu cara untuk mengadakan penelitian dengan jalan mengadakan pengamatan secara

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 116

⁴⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2008), 39

⁴¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 39

⁴² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 77

⁴³ Ikhwan Susisla dan Fatchurrahman, *Service Value Sebuah Variabel Pemeditasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli: Jurnal Emperika*, Vol. 17, No.1 (Juni 2014), 162.

⁴⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten : PT Intan Sejati, 2005), 130

⁴⁵ Kaslan, A. Tohir, *Ekonomi Modern*, (Jakarta: Paradnya Paramita, 1975), 281

langsung dan sistematis.⁴⁶Peneliti melakukan pengamatan langsung sebelum memulai penelitian pada nasabah tabungan emas di Pegadaian Syariah Lumajang.

▪ **Kuisisioner**

Kuesioner merupakan alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden⁴⁷. Dalam penelitian ini disebar kepada responden yakni nasabah di Pegadaian Syariah secara langsung dengan pertanyaan yang berkaitan dengan indikator-indikator setiap variabel yang diteliti.

▪ **Wawancara**

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu⁴⁸. Dalam hal ini akan mewawancarai nasabah di Pegadaian Syariah sebelum dan setelah peneliti melakukan penyebaran Kuisisioner terhadap para responden.

▪ **Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya – karya monumental dari seseorang⁴⁹. Dokumentasi dilakukan peneliti dengan mengumpulkan foto-foto yang berkaitan dengan objek penelitian

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

⁴⁶Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, (Bandung: Alfabets, 2014), 47

⁴⁷Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian*. 44

⁴⁸Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung : Pustaka Setia, 2008), 190

⁴⁹Sugioyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, (Bnadung, Alfabeta, 2009), 314

▪ **Uji Validitas**

Validitas adalah kecepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur.⁵⁰ Uji validitas sebuah data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner. Pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Person (Product Moment Pearson's)*. Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid jika koefisien korelasi *Product Moment Pearson's* lebih dari 0,05.⁵¹

▪ **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap Konsisten jika pengukuran tersebut diulang.⁵² Sebuah instrumen harus reliabel, dalam arti bahwa instrument tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkap data yang bisa dipercaya.⁵³ Fasilitas untuk menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu kontrak atau variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.⁵⁴

⁵⁰ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution : untuk analisis data dan uji Statistik*, (Yogyakarta : Mediakom, 2008),16.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2008), 42.

⁵² Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution : untuk analisis data dan uji Statistik*, (Yogyakarta : Mediakom, 2008),16.

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006), 178.

⁵⁴ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung : Alfabeta, 2013),63.

Teknik Analisis Data

■ Teknik Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini Regresi Linier Berganda. Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara *parsial*/tunggal dan *simultan*/bersama-sama terhadap variabel terikat.

Dalam regresi berganda variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dengan konstanta atau nilai ketetapan. Adapun parameter estimasi model penelitian tersebut diatas bermakna secara teoritis (*theoretically meaningful*) dan nyata secara statistik (*statistically significant*), dipakai tiga kriteria pengujian yaitu uji kriteria statistik (*first order test*), uji kriteria ekonomi dan uji kriteria ekonometrika (*second order test*), sebagai berikut⁵⁵:

- Uji Statistik (Uji Signifikan Koefisien Regresi)
 - Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)
Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* yaitu fluktuasi (X1) dan promosi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu Minat sebagai variabel (Y).⁵⁶

Kriteria Pengujian :

$$t = \frac{b}{sb}$$

Keterangan :

t = Hasil t hitung

b = Koefisien regresi variabel bebas

sb = Standart error Variabel bebas

- Uji Regresi Secara Serentak atau Uji F (Simultan)

Uji Simultan dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas yaitu fluktuasi dan promosi secara keseluruhan terhadap variabel tak bebas yaitu minat . Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel, dimana bila F hitung > F tabel maka hipotesis diterima dan ini berarti bahwa variabel-variabel bebas (fluktuasi dan promosi) itu secara nyata mempengaruhi variabel terikat (minat) dan sebaliknya.

- Uji Ketetapan Letak Taksiran Garis Regresi (Uji R2)

Uji ini mengukur proporsi variasi variabel tidak bebas dalam artian terikat yaitu minat yang dijelaskan oleh variabel bebas yaitu fluktuasi dan promosi. Nilai R2 ini mempunyai jangkauan antara 0 dan 1, semakin dekat ke-1 maka semakin baik kecocokannya.⁵⁷

■ Skala Pengukuran

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert* atau disebut skala ordinal. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.⁵⁸ Variabel yang akan diukur dalam skala *likert* dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan

⁵⁵Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution : untuk analisis data dan Uji Statistik*, (Yogyakarta : Mediakom, 2008), 69 – 70

⁵⁶ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution : untuk analisis data dan Uji Statistik*, (Yogyakarta : Mediakom, 2008), 70.

⁵⁷Doddy Arifianto, *Ekonometrika esensi dan Aplikasi menggunakan EVIEWS*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 56.

⁵⁸Ridwan dan Engkos Ahmad Kuncoro, *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 20.

menjadi subvariabel kemudian dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Untuk setiap item dalam daftar pertanyaan menggunakan kriteria sebagai berikut :

- Sangat Setuju
(SS) = 4
- Setuju (S)
= 3
- Tidak Setuju
(TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju
(STS) = 1

▪ **Uji Asumsi Klasik**

- Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.⁵⁹ Normalitas data merupakan syarat yang harus di penuhi oleh suatu sebaran data sebelum melakukan analisis regresi. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan model regresi yang baik. Uji normalitas yang di lakukan terhadap sampel dengan menggunakan *Kolmogorof-Smirnov* Tes dengan menetapkan drajat keyakinan (α) sebesar 5%.

Kriteria penguji dengan melihat besaran Kolmogorof-Smirnov Tes adalah sebagai berikut:

- Jika signifikansi $> 0,05$ maka, data tersebut berdistribusi normal.
 - Jika signifikansi $> 0,05$ maka, data tersebut tidak berdistribusi normal.
- Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk mengetahui ada

atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolineritas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independent dalam model regresi. Ada beberapa metode penguji yang bisa digunakan, salah satunya dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi. Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolineritas adalah :⁶⁰

- Jika nilai Tolerance > 0.10 dan
- Nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka, tidak terjadi multikolineritas.

- Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi problem heterokedastisitas pada model regresi salah satunya dengan melihat Grafik Scatterplot yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak terkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heterokedastisitas.⁶¹

- Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu

⁵⁹ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution : untuk analisis data dan uji Statistik*, (Yogyakarta : Mediakom, 2008),16.

⁶⁰ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung : Alfabeta, 2013),63.

⁶¹ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi*, 66.

pengamatan dengan pengamatan lain pada model regulasi. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah Uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:⁶²

- Jika DW Statistik > DW Tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem autokorelasi, begitu sebaliknya.
- Jika DW Statistik < DW Tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat problem autokorelasi, begitu sebaliknya

4. Pembahasan Gambaran Umum

Subyek penelitian adalah nasabah Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Lumajang.

Pegadaian Syariah merupakan sebuah lembaga yang relatif baru di Indonesia. Konsep operasi Pegadaian Syariah mengacu pada system administrasi modern, yaitu asas rasionalitas, efisien dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai islam. Fungsi operasi Pegadaian Syariah dijalankan oleh kantor-kantor cabang Pegadaian Syariah / UNIT Layanan Gadaai Syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi dibawah binaan divisi Usaha lain Perum Pegadaian.⁶³

Status perum pegadaian bertahan hingga tahun 2011. Pada tanggal 13 desember 2011 pemerintah mengeluarkan PP No 51 tahun 2011 yang menandakan perubahan status badan hukum pegadaian menjadi perusahaan persero. Berdasarkan akta pendirian perusahaan persero PT Pegadaian atau singkat PT Pegadaian

(persero) Nomor 1 tanggal 1 April 2009 yang dibuat dihadapan Notaris Nand Fauziwa, SH, M.Kn yang berkedudukan di Jakarta. Dan kemudian disahkan berdasarkan keputusan menteri dan hak asasi manusia Republik Indonesia No. AHU-17525.AH.01.01 tahun 2009 tanggal 4 April 2009 tentang pengesahan Badan Hukum Perusahaan Perseroan (Persero), Terjadi perubahan anggaran dasar dengan akta No. 5 tanggal 15 Agustus 2010, yang dibuat di hadapan Notaris Nanda Fauziawan, SH, M.Kn yang berkedudukan di Jakarta selatan dan diterima pemberitaannya oleh menteri hukum dan hak asasi manusia republic Indonesia berdasarkan AHUAH.01.10-32516 tahun 2009 tanggal 06 September 2009.⁶⁴

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan nasabah Tabungan emas di Pegadaian Syariah sebagai subyek penelitian. Hal ini dikarenakan Kriteria dalam pengambilan sampel berdasarkan judul yang akan diteliti yakni "Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas (Studi Kasus Pegadaian Syariah Lumajang)".

Visi dan Misi Pegadaian Syariah

■ Visi

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan utama masyarakat.⁶⁵

■ Misi

- Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh *stakeholder* dengan mengembangkan bisnis inti.
- Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai nasabah dan *stakeholder*

⁶² Latan dan Temalagi, *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi*, 73.

⁶³ Andri Soemitra, Bank & Lembaga Keuangan Syariah (Jakarta: Prenada Media Group, 2009, 393.)

⁶⁴ Annual Report, 2015, 65

⁶⁵ Annual Report, 2018, 58.

- Memberikan service excellence dengan focus nasabah
 - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - Teknologi Informasi yang handal dan mutakhir
 - Praktik manajemen risiko yang kokoh.
 - SDM yang professional berbudaya kinerja bak.⁶⁶

Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden penelitian akan diuraikan secara deskriptif dan dibantu dengan penyajian dalam bentuk tabel dari jumlah responden. Gambaran umum responden, akan dibagi menjadi beberapa tabel yaitu, kelompok jenis kelamin, Kelompok usia, Kelompok Pendidikan, dan Kelompok Pekerjaan. Uraian data responden ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas tentang kondisi responden.

▪ Kelompok Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini lebih dominan Perempuan yaitu sebanyak 46 orang dengan persentase 65,7%, dan sisanya laki – laki sebanyak 24 orang dengan persentase 34,4%.

▪ Kelompok Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh rentan usia 22 tahun dan 23 tahun masing-masing terdapat 6 orang dengan persentase masing-masing 8,6 %, kemudian untuk usia 21, 29,31,35,37,38,40,41,51,53,55,57,58,62 dengan persentase masing-masing 1,4 %, sedangkan untuk usia 25,49,52,56 dengan presentasi 4,3 %, untuk usia 27,30, 40,50 dengan presentase 5,7 %, untuk usia 28, 32, 42, 46,47,48 dengan presentase 2,9 %.

▪ Kelompok Berdasarkan Pendidikan

Responden dalam penelitian ini berdominan pendidikan SMA dengan Presentase 50%, sedangkan untuk SD dengan presentase 5,7 %, untuk SMP dengan presentase 11,4 %, Diploma dengan presentase 4,3 %, dan untuk Sarjana dengan presentase yang lumayan cukup banyak yaitu 28,6 %

▪ Kelompok Berdasarkan Pekerjaan

Responden dalam penelitian ini paling dominan dengan pekerjaan Ibu Rumah Tangga dengan Presentase 20,3%, untuk PNS/TNI dan Pegawai dengan presentase 15,9%, sedangkan untuk Pelajar / Mahasiswa dengan presentase 11,9%

Analisis Deskriptif

Berdasarkan output hasil IBM SPSS 24 (jumlah data) adalah sebanyak 70 Responden, skor Minimum setiap variabel Promosi (X1) 8, Fluktuasi (X2) 5, Minat (Y) 6, Skor Maksimum masing – masing variabel Promosi (X1) 28, Fluktuasi (X2) 18, minat (Y) 23,

Skor Mean dalam setiap variabel promosi yaitu 21.86, Fluktuasi 9.24 dan minat 10.80 nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel yang diambil sebagai sampel adalah baik dan sudah mewakili dari keseluruhan skormasing – masing variabel. Sedangkan Std. Deviation Variabel promosi adalah 0.476, fluktuasi 0.332, minat 0.344 angka tersebut menjauhi angka 0 artinya dapat dikatakan bahwa penyebaran data promosi cukup beragam

5. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

▪ Uji Instrumen

○ Uji validitas

Uji validitas item di gunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin di ukur, item dikatakan valid jika adanya korelasi dengan skor totalnya. Hal ini menunjukan

⁶⁶ Annual Report, 2018,58.

adanya dukungan item tersebut dalam mengungkapkan suatu yang ingin di ungkapkan.

Teknik uji validitas item dengan korelasi pearson, yaitu dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor total item setiap variabel, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung $> r$ tabel, item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $< r$ tabel, item dinyatakan tidak valid.⁶⁷

Berdasarkan Hasil uji Validitas Menggunakan IBM SPSS 24 menunjukkan perbandingan antara r hitung yang merupakan koefisien korelasi dengan r tabel (Signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data $(n) = 70$, maka di dapat r tabel sebesar 0,235 (Lihat Lampiran 13), menunjukkan bahwa semua r hitung $> r$ tabel. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid. Hal ini menunjukkan variabel tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

o Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran di ulang kembali.⁶⁸ Sebuah instrumen hasil reliabel dalam artian bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu

mengungkapkan data yang bisa di percaya.⁶⁹

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.⁷⁰

Berdasarkan Hasil uji Reliabilitas Menggunakan IBM SPSS 24 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* setiap variabel $> r$ tabel (Signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan jumlah $(n) = 70$, maka di dapat r tabel sebesar 0.235 (Lihat Lampiran 13). Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dapat di percaya sebab hasil pengukuran relative konsisten meskipun pertanyaan tersebut di berikan dua kali atau lebih pada responden.

▪ Uji Regresi Berganda

Model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e(0)$$

$$Y = 7.595 + -133X_1 + 0.660X_2$$

Berdasarkan model regresi linier berganda di atas, maka dapat dipahami sebagai berikut:

- o Nilai konstanta 7.595 yang mana menunjukkan bahwa jika promosi dan fluktuasi nilainya adalah 0 (nol/

⁶⁷ Duwi Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2018), 21.

⁶⁸ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution : untuk analisis data dan uji Statistik*, (Yogyakarta : Mediakom, 2008), 25.

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006), 178.

⁷⁰ Duwi Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2018), 25.

tetap), maka minat menabung meningkat sekitar 7,595%

- Nilai koefisien promosi bernilai negatif yaitu -133 hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan promosi mengalami penurunan 1%, maka minat investasi akan mengalami penurunan sebesar -133%. Koefisien yang bernilai negative ini menunjukkan terdapat hubungan yang negatif yang mana apabila nilai promosi turun maka minat menabung akan turun.
- Nilai koefisien fluktuasi bernilai positif yaitu sebesar 0.660 yang mana menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan fluktuasi mengalami kenaikan 1%, maka minat investasi akan mengalami kenaikan sebesar 0.660%. Koefisien yang bernilai positif ini menunjukkan terdapat hubungan yang positif artinya apabila nilai promosi naik maka minat investasi akan naik.

▪ Uji Asumsi klasik

○ Uji Normalitas

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas one sample Kolmogrov-Smirnov, yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal atau tidak. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak, dengan kriteria sebagai berikut⁷¹:

- Jika Signifikansi > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal
- Jika signifikansi < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Adapun hasil dari uji one sample Kolmogrov-Smirnov adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Normalitas Data One Sample Kolmogrov~Sminorv Test

Variabel	Asymp .Sig	Sig	Keterangan
Nilai Residual	0.200	> 0.05	Data normal

Berdasarkan tabel 4.9 *One Sample Kolmogrov~Sminorv Tset* di atas diperoleh nilai Asymp.Sig. (2 tailed) sebesar 0.200. karena nilai 0.200 > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

○ Uji Multikolineritas

Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan, salah satunya dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi. Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolineritas adalah⁷²:

- Jika nilai Tolerance > 0.10 dan
- Nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka, tidak terjadi multikolineritas.

Tabel Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	VIF	Ket	Tolerance	Keterangan
Promosi (X1)	1.392	< 10	0.718	> 0.10
Fluktuasi (X2)	1.392		0.718	

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan tidak adanya problem multikolineritas karena telah memenuhi nilai yang direkomendasikan yaitu nilai *Tolerance* > 0.10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10

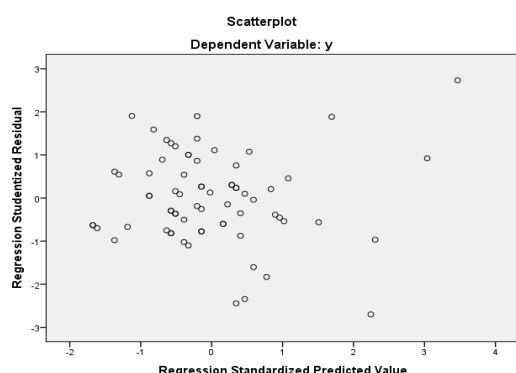
○ Uji Heteroskedastisitas

⁷² Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0 (Bandung : Alfabeta, 2013),63.

⁷¹ Duwi Priyatno, SPSS Panduan Mudah, 130.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *Grafik Scatterplot* yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak terkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heterokedastisitas.⁷³

Adapun hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar Uji Heterokediditas Dengan Grafik *Scatterplot*

Berdasarkan Gambar diatas, menunjukkan bahwa titik – titik tersebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik heterokesdisitas.

○ Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regulasi. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi

dalam model regresi.⁷⁴ Metode penguji yang sering digunakan adalah Uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:19

- $DU < DW < 4-DU$ Maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, Artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai DU dan DL dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson. Dengan $n = 70$, dan $K = 3$ didapat nilai $DL = 1.524$ dan $DU = 1,702$. Jadi, nilai $4-DU = 2.298$ dan $4-DL = 2,476$

Berdasarkan output hasil analisis regresi berganda uji durbin watson dapat diketahui bahwa nilai durbin watson sebesar 1.636 (lihat lampiran 10). Nilai DW terletak antara $DL < DW < DU$ ($1.524 < 1.636 < 1.702$) artinya model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

▪ Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk tujuan memastikan kebenaran hipotesis. Adapun hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

○ Uji T (Parsial)

Uji statistik secara parsial (uji t) digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas (X) secara individual terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria pengujuannya:

⁷³ Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0 (Bandung : Alfabeta, 2013),66.

⁷⁴ Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0 (Bandung : Alfabeta, 2013),73

- Apabila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$: H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada pengaruh secara signifikan antara Promosi terhadap variabel minat di pegadaian syariah.
- Apabila $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$: H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada pengaruh secara signifikan antara Promosi terhadap variabel minat di pegadaian syariah.

Tabel diperoleh dari tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df $(n-k-1)$, dalam penelitian ini diperoleh hasil df adalah $70-2-1 = 67$. N adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas. Maka hasil yang diperoleh hasil untuk t tabel sebesar 1.996 (Lihat Lampiran 12). Adapun hasil uji t (parsial) menggunakan SPSS 22 adalah sebagai berikut :

- Promosi (X1)

H_{01} : Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung

H_{a1} : Promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung

Tabel Hasil Uji Hipotesis Pertama

Variabel Independent	Variabel Dependent	t_{hitung}	Sig	Ket
Promosi (X1)	Minat (Y)	-1923	0.059	H_0 diterima/ tidak Signifikan

Dari hasil output diatas diperoleh informasi bahwa nilai t hitung sebesar $-1.923 < 1.996$ (lihat Lampiran 11) dengan nilai signifikansi $0.059 > 0.05$ maka dapat disimpulkan H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak, artinya variabel promosi tidak berpengaruh terhadap variabel minat menabung di pegadaian syariah (studi kasus Pegadaian Syariah).

- Fluktuasi (X2)

H_{01} : Fluktuasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung

H_{a1} : Fluktuasi secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung

Tabel Hasil Uji Hipotesis Dua

Variabel Independent	Variabel Dependent	t_{hitung}	Sig	Ket
Fluktuasi (X2)	Minat (Y)	6.658	0.000	H_0 ditolak/ Signifikan

Dari hasil output diatas diperoleh informasi bahwa nilai t hitung sebesar $6.658 > 1.996$ (lihat Lampiran 11) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan H_{02} ditolak dan H_{a1} diterima, artinya variabel fluktuasi berpengaruh terhadap variabel minat menabung di pegadaian syariah (studi kasus Pegadaian Syariah).

○ Uji Simultan

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (sig). Kriteria uji F (Simultan) pada penelitian ini adalah sebagai berikut⁷⁵:

- $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.
- $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

F tabel diperoleh dari tabel statistik pada tingkat signifikansi

⁷⁵ Duwi Priyatno, SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum, (Yogyakarta : Andi Offset, 2018), 119

0,05 dengan df 1 (jumlah variabel-1) dalam penelitian ini df 1 adalah $3-1 = 2$. Sedangkan df 2 ($n-k-1$), dalam penelitian ini diperoleh hasil df 2 adalah $70-2-1 = 67$. N adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas. Maka hasil yang diperoleh untuk F tabel adalah sebesar 3,16 (lihat lampiran 15.). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho3 : promosi dan fluktuasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Ha3 : Promosi dan Fluktuasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Adapun hasil uji F tabel uji analisis regresi berganda menggunakan SPSS 24 adalah sebagai berikut :

Tabel Hasil Uji F (Simultan)

Model	F _{hitung}	Sig	Keterangan
Regresion	42.921	0.000	Ho Ditolak/ Signifikan

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh informasi bahwa F hitung adalah $42.921 > 3,13$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan H3 diterima, artinya promosi dan fluktuasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung di pegadaian syariah (studi kasus Pegadaian Syariah Lumajang)

o Uji Koefisien Determinan R²

Koefisien Determinan R² digunakan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinan R²

Model	Adjusted R Square	Presentase
-------	-------------------	------------

1	0.549	54.9%
---	-------	-------

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi atau adjust R² adalah 0.549 hal tersebut berarti 54,8% minat menabung dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan fluktuasi sedangkan sisanya ($100\%-54.9$) adalah 45.2% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan diatas. Artinya dengan melakukan dengan melakukan promosi dan fluktuasi yang baik dan menarik dapat mempengaruhi minat calon nasabah untuk menabung tabungan emas di Pegadian Syariah Lumajang)..

Hasil dan Pembahasan

▪ Pengaruh Promosi(X1) terhadap minat nasabah (Y)

Pada hipotesis pertama disebutkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi (X1) dan minat nasabah (Y). Setelah dilakukan pengujian analisa bahwa **Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.** Analisa tersebut menunjukkan bahwa penerapan promosi yang dicontohkan oleh PT. Pegadaian Syariah mampu mempertahankan pelanggan .

Hasil analisis ini mendukung studi empirik yang dilakukan oleh Rima Wijayanti (2015) yang menyatakan bahwa Promosi tiak berpengaruh positif terhadap minat investasi dengan nilai sig. $0,056 < 0,05$ artinya jika promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung tabungan emas.

▪ Pengaruh Fluktuasi Harga (X2) terhadap Minat Nasabah (Y)

Pada hipotesis ke dua disebutkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Fluktuasi Harga (X2) dan minat nasabah (Y). Setelah dilakukan pengujian analisa bahwa

Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

Analisa tersebut menunjukkan bahwa penerapan Fluktuasi Harga yang dicontohkan oleh PT. Pegadaian Syariah mampu mempertahankan pelanggan.

Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.13 nilai t hitung sebesar $6.665 > 1,995$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel promosi berpengaruh terhadap variabel minat.

Hasil analisis ini mendukung hasil penelitian yang akan dilakukan oleh Alfi Asbitatu Husna (2018) yang menyatakan bahwa fluktuasi berpengaruh terhadap minat nasabah. Dalam hal ini fluktuasi harga yang diterapkan PT. Pegadaian Syariah di Lumajang.

▪ **Pengaruh Promosi (X1) dan Fluktuasi Harga (X2) secara Simultan terhadap Minat Nasabah pada Tabungan Emas (Y)**

Pada hipotesis ke tiga disebutkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Promosi (X1), Fluktuasi Harga (X2) dan minat nasabah (Y). Setelah dilakukan pengujian analisa bahwa **Pengaruh Promosi (X1) dan Fluktuasi Harga (X2) secara Simultan terhadap Minat Nasabah pada Tabungan Emas (Y)** Analisa tersebut menunjukkan bahwa tiga variabel tersebut memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap minat nasabah pada tabungan emas.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil peneliti dan hasil pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

- Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada

tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Lumajang. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah.hal tersebut menunjukkan tingkat nasabah yang cenderung naik maka semakin meningkat pula minat tabungan emas.

- Fluktuasi harga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Lumajang. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ke dua diterima yang menyatakan bahwa fluktuasi harga berpengaruh terhadap minat nasabah.hal tersebut menunjukkan tingkat nasabah yang cenderung naik maka semakin meningkat pula minat tabungan emas.
- Berdasarkan hasil secara simultan menunjukkan bahwa variabel promosi, fluktuasi harga dan minat berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah pada tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Lumajang.

REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta,
- Arifianto, Doddy. 2012. *Ekonometrika esensi dan Aplikasi menggunakan EVIEWS*. Jakarta : Erlangga.
- Brousar Pegadaian Syariah tentang Tabungan Emas
- Firdaus, Muhammad, dkk. 2005. *Dasar dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Renainsan.
- Gain, Robert, dkk, “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda”. *Performe Jurnal Manajemen dan Start – Up Bisnis*.Vol. 2. no. 2

- Hadi, Sutrisno. 1991. *Analysis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai dengan Basica*.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Klaten: PT Intan Sejati Klaten.
- Kasmir, 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta, PT Grafindo Persada,
- Latumaerissa, Julius R. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain: Teori kebijakan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Latan, Hengky dan Temalagi, Selva. 2013, *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung : Alfabeta.
- Maya, Angea, Sivia, Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution : untuk analisis data dan Uji Statistik*. Yogyakarta : Mediakom
- Priyatno, Duwi. 2018 *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Rangkuti, Feddy . 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*,
- Ridwan dan Kuncoro, Engkos Ahmad. 2014. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung : Alfabeta.
- Soemitra, Andri . 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta, Kencana,
- Sinambela, Anisy, Putri, Syam,. 2019. Penerapan system Gadai Emas Pada Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Suryadi, Didih. 2013. *Promosi efektif menggugah minat dan loyalitas pelanggan*. Jakarta: Platinum.
- Salim, Joko. 2010. *Jangan Investasi Emas Sebelum Membaca Buku Ini*. Jakarta : Vsis Media
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kulaitatif dan Re&D*. Bandung : Alfabeta.
- Singarimbun, Masri dan Hadi, Sofian. 2008. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3S
- Susisla, Ikhwan dan Fatchurrahman. 2014. *Service Value Sebuah Variabel Pemediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan. Terhadap Minat Beli: Jurnal Emperika*, Vol. 17, No.1
- Saebani, Beni Ahmad. 2008. *Metode Penelitian*, Bandung : Pustaka Setia.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tohir, Kaslan, A. 2009. *Ekonomi Modern*. Jakarta: Paradnya Paramita.
- Wijayanti, Rima. 2019. *Pengaruh Modal Minimal Invetasi, Promosi dan Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Dinar di Gerai Dinar BMT Daarul Mustakim Pekalongan : Journa*., Vol.4, No.1
- Yuliana, Indah . 2010. *Investasi Produk Keuangan Syariah* . Malang: UIN Maliki
- Blog.e-mas.com/2017\12\18 *Keunggulan Investasi Emas*\ di Akses pada 12 Maret 2018).