

**PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS, PENGETAHUAN,
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA
PRODUK TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN
CABANG PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S. E.)

Oleh:

ALVINA AGUSTIN

NIM 4118063

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS, PENGETAHUAN,
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA
PRODUK TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN
CABANG PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S. E.)



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alvina Agustin

NIM : 4118063

Judul Skripsi : **Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Mei 2025

Yang Menyerahkan,



Alvina Agustin

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Alvina Agustin

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Alvina Agustin

NIM : 4118063

Judul Skripsi : **Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

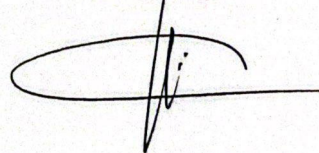
Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 Mei 2025

Pembimbing



Muhammad Aris Safi'i, M.E.I

NIP. 19851012 201503 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan Kab Pekalongan Kode Pos 51161

Website : www.febi.uingusdur.ac.id Email : febi.uingusdur@uac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Alvina Agustin
NIM : 4118063
Judul Skripsi : Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan
Dosen Pembimbing : Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 19 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. H. Ahmad Tybagus Surus, M.Ag.
NIP. 19691227 199803 1 004

Penguji II

H. Bambang Sri Hartono, M.Si.
NIP. 19680225 202321 1 001

Pekalongan, 19 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. AM. Muhr Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 19780616 200312 1 003

MOTTO

“Sesibuk apa pun kamu, jangan pernah lupa untuk sholat”

-Alm. Bapak Tercinta-

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha”

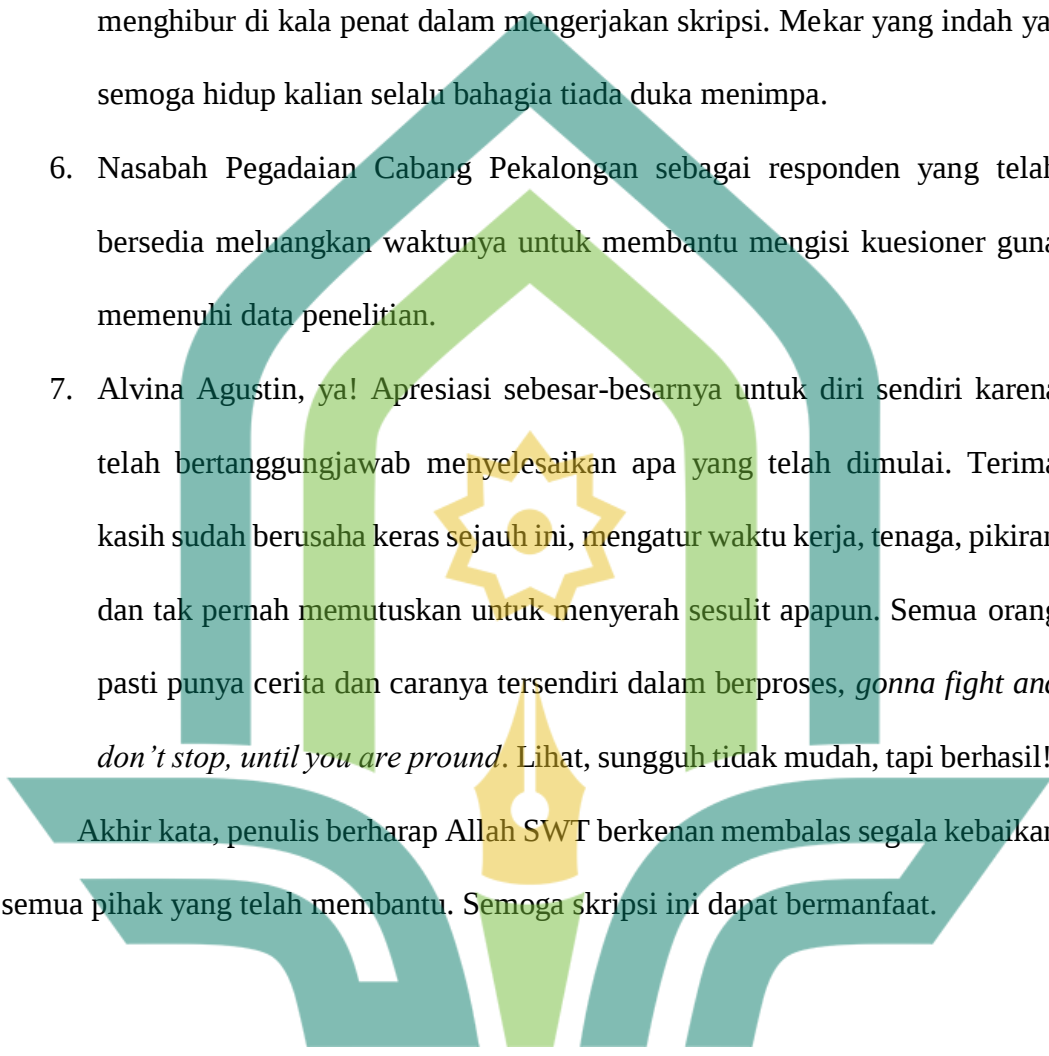
-BJ Habibie-



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karuni-Nya, dengan mengucap syukur Alhamdulillahirobbi alamiin, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang telah penulis lalui untuk mendapatkan gelar sarjana yang sangat dinanti-nantikan. Rasa syukur dan bahagia yang kurasakan ini akan kupersembahkan kepada orang-orang yang penulis sayangi serta pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini :

1. Alm. bapak Sugeng Wiyoto, dengan penuh rasa haru skripsi ini saya persembahkan untuk almarhum yang paling berarti dalam hidup. Mohon maaf pak atas keterlambatan ini dalam menyelesaikan skripsi, terima kasih selalu memberikan motivasi dan dukungan walaupun akhirnya bapak tidak bisa menemani hingga saat ini. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan bapak ditempat yang paling mulia di sisi Allah SWT.
2. Wanita hebat, ibunda tercinta Arti Yuliyani yang selalu mendoakan tiada henti. Terima kasih sudah menjadi penguat, pengingat dan tempat pulang paling hebat.
3. Adik tersayang, Ayunina Adiba Khairiyah dan Muhammad Bagas Maulana. Terima kasih telah kebersamaan hingga saat ini dan sudah menjadi adik yang luar biasa.
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.

- 
5. Sahabat penulis team BBK The Gade, yang selalu memberi semangat, motivasi, dan pendengar yang baik di kala banyak pikiran dan selalu menghibur di kala penat dalam mengerjakan skripsi. Mekar yang indah ya, semoga hidup kalian selalu bahagia tiada duka menimpa.
 6. Nasabah Pegadaian Cabang Pekalongan sebagai responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner guna memenuhi data penelitian.
 7. Alvina Agustin, ya! Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri karena telah bertanggungjawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih sudah berusaha keras sejauh ini, mengatur waktu kerja, tenaga, pikiran dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun. Semua orang pasti punya cerita dan caranya tersendiri dalam berproses, *gonna fight and don't stop, until you are proud*. Lihat, sungguh tidak mudah, tapi berhasil!.
Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

ABSTRAK

ALVINA AGUSTIN. Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi, khususnya produk tabungan emas di Pegadaian, sebagai alternatif menghadapi gaya hidup konsumtif dan ketidakpastian ekonomi. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen, minat individu dalam mengambil keputusan keuangan termasuk berinvestasi dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Minat nasabah dalam berinvestasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk fluktuasi harga emas, tingkat pengetahuan investasi, dan efektivitas promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat nasabah produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survei. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner kepada 82 responden yang merupakan nasabah tabungan emas. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan memakai rumus slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi harga emas, pengetahuan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan. Uji F menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Koefisien determinasi sebesar 28,5% mengindikasikan bahwa fluktuasi harga emas, pengetahuan, dan promosi secara bersama-sama menjelaskan variabel minat nasabah, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi Pegadaian dalam meningkatkan efektivitas promosi dan menyikapi dinamika harga emas, serta mendorong peningkatan edukasi investasi bagi masyarakat.

Kata Kunci : Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, Promosi, Minat Nasabah, Tabungan Emas, Pegadaian.

ABSTRACT

ALVINA AGUSTIN. The Influence of Gold Price Fluctuations, Knowledge, and Promotion on Customer Interest in Gold Savings Products at Pegadaian Pekalongan Branch.

This research is motivated by the increasing public interest in investment, particularly gold savings products at Pegadaian (Indonesian state pawnshop), as an alternative to address consumptive lifestyles and economic uncertainty. Based on the Theory of Planned Behavior developed by Icek Ajzen, individual interest in making financial decisions including investment is influenced by attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control. Customer interest in investing is influenced by various factors, including gold price fluctuations, level of investment knowledge, and promotional effectiveness. This study aims to analyze the influence of these three variables on customer interest in gold savings products at Pegadaian Pekalongan Branch.

This research is descriptive quantitative with a survey approach. Primary data was collected through questionnaires from 82 respondents who are gold savings customers. The sampling technique used simple random sampling with the Slovin formula. The research results show that gold price fluctuations, knowledge, and promotion have significant influence. The F-test shows that simultaneously, these three variables significantly influence customer interest.

The coefficient of determination of 28.5% indicates that gold price fluctuations, knowledge, and promotion together explain the customer interest variable, while the remainder is influenced by other factors outside this research. These findings provide strategic implications for Pegadaian in improving promotional effectiveness and addressing gold price dynamics, as well as encouraging increased investment education for the community.

Keywords : Gold Price Fluctuation, Knowledge, Promotion, Customer Interest, Gold Savings, Pegadaian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah dan inayah-Nya sehingga skripsi dengan judul *“Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan”* dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh syukur penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu, berbagi ilmu serta memberikan solusi atas berbagai kendala yang saya hadapi selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Muhammad Masrur, M.E.I., selaku dosen perwalian akademik yang telah memberikan dukungan semasa dibangku perkuliahan.
5. Keluarga tercinta, Ibu dan adik-adik saya, yang senantiasa memberikan dorongan dan motivasi tiada henti.
6. Seluruh rekan kerja di Pegadaian Cabang Pekalongan, yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar terselesainya skripsi ini.

7. Seluruh responden penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berpartisipasi sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
8. Semua pihak yang turut membantu, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, tetapi akan tetap saya hargai setiap dukungan dan kontribusinya.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 23 Mei 2025



Alvina Agustin



DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
TRANSLITERASI.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI.....	12
A. Landasan Teori	12
B. Telaah Pustaka.....	25
C. Kerangka Berpikir	43
D. Hipotesis	44
BAB III.....	48
METODE PENELITIAN	48

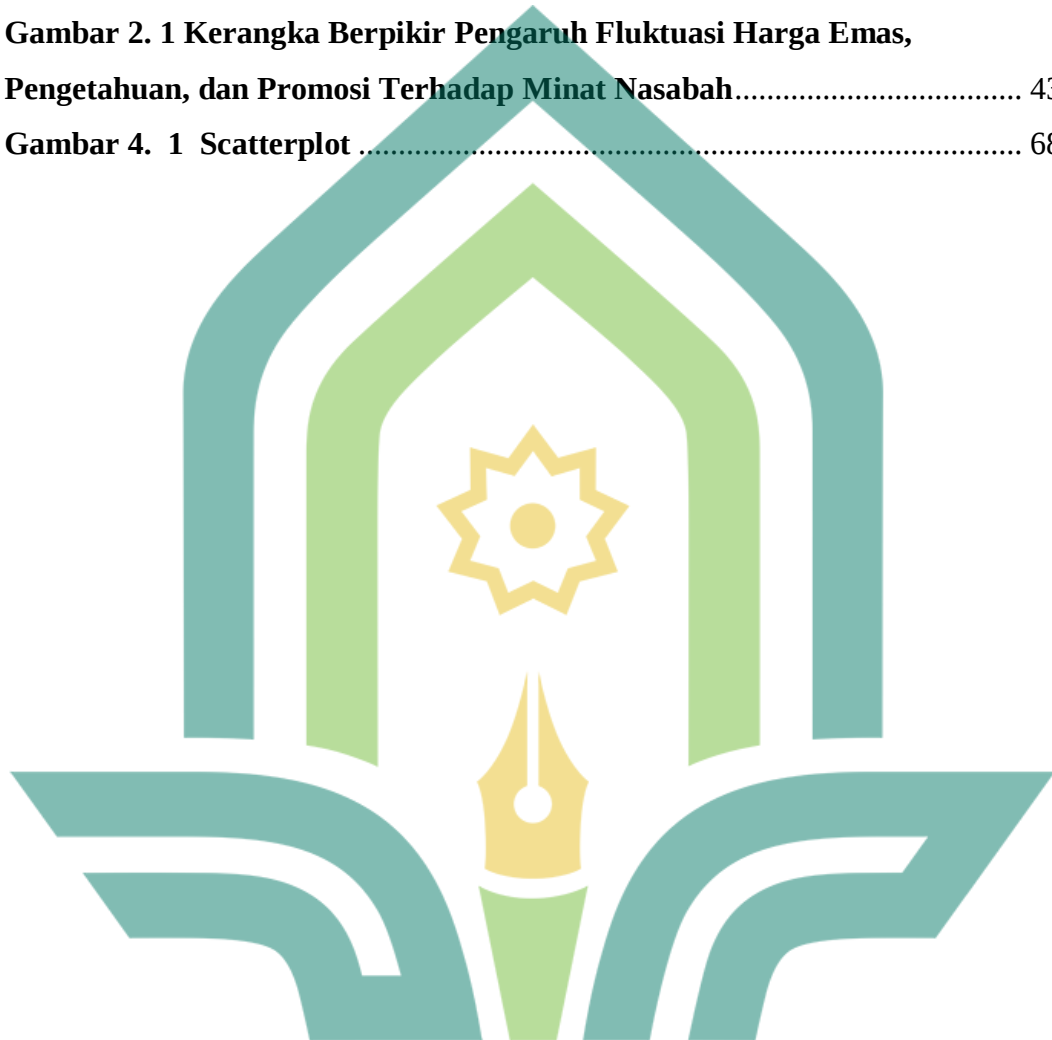
A. Jenis Penelitian	48
B. Pendekatan Penelitian.....	48
C. Setting Penelitian.....	48
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
E. Variabel Penelitian	50
F. Sumber Data	53
G. Teknik Pengumpulan Data	53
H. Metode Analisis Data	55
BAB IV	59
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	59
A. Deskripsi Pegadaian Cabang Pekalongan	59
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Gambaran Umum Penelitian	60
2. Karakteristik Responden	60
3. Analisis Data	63
C. Pembahasan dan Analisis Data.....	75
1. Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah	75
2. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Nasabah	79
3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah	84
4. Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah	87
BAB V.....	89
PENUTUP.....	89
A. Simpulan.....	89
B. Keterbatasan Masalah.....	90
C. Implikasi Teoritis dan Praktis.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	I

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	51
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji T (Parsial)	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75

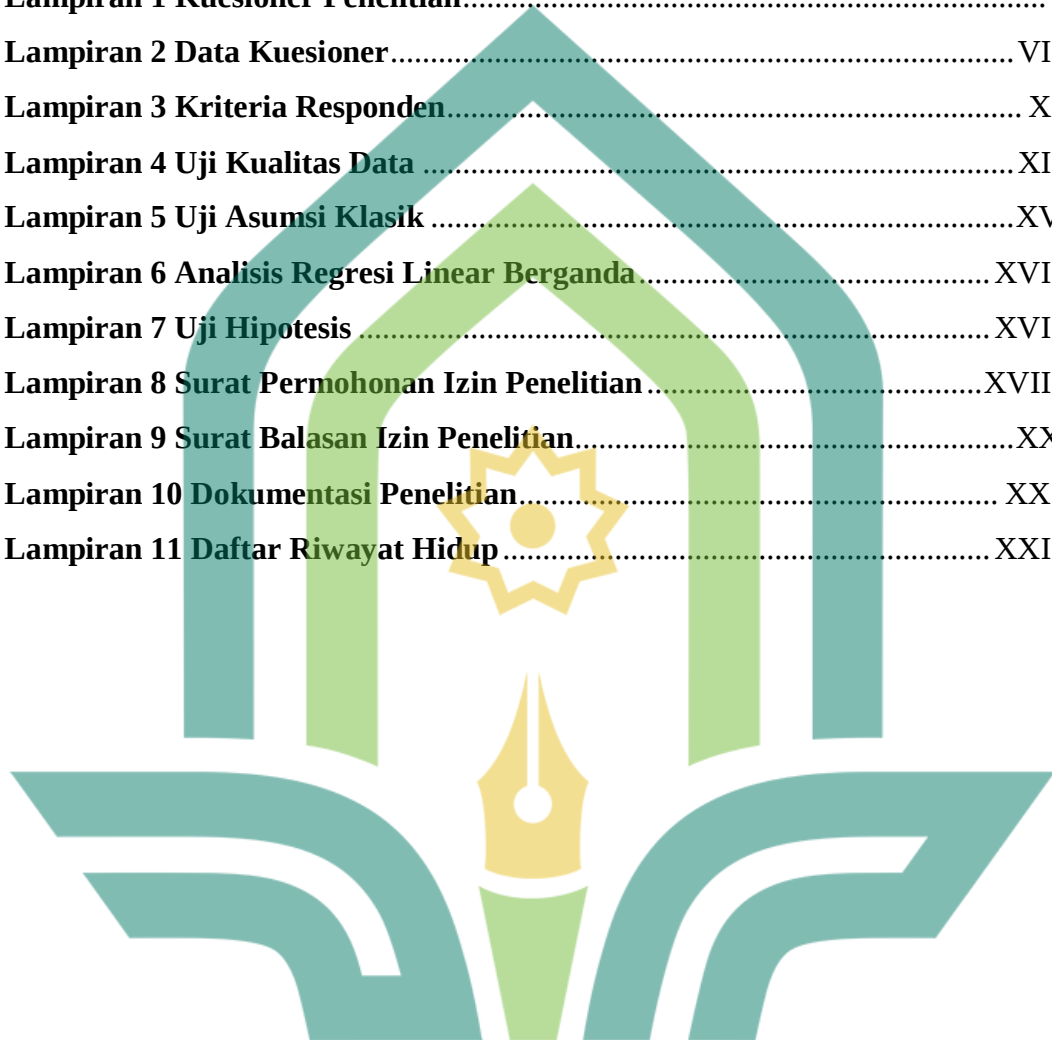
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Nasabah Tabungan Emas	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah.....	43
Gambar 4. 1 Scatterplot	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Kuesioner.....	VII
Lampiran 3 Kriteria Responden.....	XI
Lampiran 4 Uji Kualitas Data	XII
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	XV
Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	XVII
Lampiran 7 Uji Hipotesis	XVII
Lampiran 8 Surat Permohonan Izin Penelitian	XVIII
Lampiran 9 Surat Balasan Izin Penelitian.....	XX
Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian.....	XXI
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup.....	XXII



TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berlandaskan pada hasil Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Sa	s	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, yang terdiri dari vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*)

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
..... َ	Fattah	A	A
..... ِ	Kasrah	I	I
..... ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
... َ ي	Fattah dan ya	Ai	a dan i
... َ و	Fattah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	ditulis	Kataba
فَعَلَ	ditulis	Fa'la
سُئِلَ	ditulis	Su'ila

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ.....ى	Fattah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إِ.....ى	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ.....	Hamzah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	Ditulis	Qāla
رَمَى	Ditulis	Ramā
قِيلَ	Ditulis	Qīla

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup, dengan mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مَرَأَتٌ جَمِيلَةٌ	Ditulis	<i>mar'atun jamīlah</i>
--------------------	---------	-------------------------

2. Ta'marbutah mati, dengan mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فَاطِمَةٌ	Ditulis	<i>fā'imah</i>
-----------	---------	----------------

E. Syaddah

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddah atau tasyid tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
الْبِرِّ	Ditulis	<i>al-birr</i>

F. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sempang.

Contoh:

القَمَر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البَدِيع	Ditulis	<i>al-badî'</i>

G. Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أَمْرٌ	Ditulis	<i>Umirtu</i>
سَيِّءٌ	Ditulis	<i>syai'un</i>

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّا لِلَّهِ أَهْوَى خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Ditulis	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqîn
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ditulis	Ibrāhîm al-Khalîl

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Ditulis	Wa mā Muhammadun illā rasl
--------------------------------	---------	----------------------------

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا	Ditulis	Lillāhi al-amrujamî'an
-----------------------------	---------	------------------------

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman tajwid.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Situasi ekonomi dan keuangan adalah tema utama yang selalu berubah dan menjadi perhatian utama masyarakat Indonesia maupun global. Perubahan dalam pertumbuhan ekonomi akan terus berlangsung seiring dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat secara umum. Transformasi dalam pola hidup masyarakat Indonesia menunjukkan pergeseran ke arah gaya hidup yang lebih konsumtif. Fenomena ini terjadi pada seluruh lapisan masyarakat, termasuk golongan menengah ke bawah, dan dipengaruhi oleh globalisasi dan media massa.

Globalisasi dapat diidentifikasi sebagai salah satu penyebab perubahan. Adanya pengaruh budaya asing dari luar Indonesia yang menjadikan globalisasi menjadi salah satu yang melatarbelakangi terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat. Namun, dampak tersebut sebenarnya dapat terlihat dari efek positif maupun negatif, tergantung pada perspektif seseorang dalam menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (Suci, 2021). Seperti halnya media massa, yang memberikan banyak pengaruh pola hidup masyarakat sekarang cenderung mengikuti tren yang sedang terjadi, sehingga perlu kehati-hatian dalam menyerap hal-hal baru yang masuk ke gaya hidup pada masa ini.

Pola hidup yang bersifat konsumtif adalah salah satu akibat buruk yang ditimbulkan oleh pergeseran gaya hidup. Seseorang cenderung mengikuti perkembangan zaman yang salah satu dampaknya dapat menyebabkan terjadinya

pola hidup konsumtif. Meskipun memberikan beberapa dampak positif terhadap pihak lain, tetapi hal ini cenderung mendorong perilaku boros dalam pengeluaran, yang bertentangan dengan prinsip pengelolaan harta dalam Islam sebagaimana disebutkan dalam Q.S. Al-Isra ayat 26-27 (Hatta, 2023).

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Penjelasan dalam ayat tersebut memberikan pedoman fundamental tentang pengelolaan harta yang bijaksana, di mana Allah SWT memerintahkan untuk memberikan hak kepada kerabat dekat, orang miskin, dan musafir sambil melarang keras perilaku pemborosan atau menghamburkan harta secara tidak produktif. Konsep "menghamburkan harta secara boros" dalam ayat ini mencakup segala bentuk pengeluaran berlebihan yang tidak memberikan manfaat jangka panjang, termasuk perilaku konsumtif yang didorong oleh keinginan tanpa batas dan tanpa pertimbangan masa depan. Ayat ini menegaskan bahwa orang-orang pemboros adalah saudara setan, yang mengindikasikan betapa destruktifnya perilaku pemborosan terhadap kehidupan spiritual dan material seseorang, sekaligus menekankan pentingnya menggunakan harta sebagai amanah dengan cara yang mendatangkan keberkahan dan kemanfaatan berkelanjutan.

Dalam konteks kehidupan modern, ayat ini memberikan landasan spiritual yang kuat untuk menghindari gaya hidup konsumtif dan mengalokasikan harta untuk kegiatan yang produktif serta menguntungkan di masa depan, sehingga

menciptakan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan duniawi dan tanggung jawab sosial-spiritual dalam pengelolaan kekayaan.

Manusia sebagai makhluk sosial yang hidup bertahun-tahun di muka bumi tentunya harus memiliki solusi atas masalah-masalah yang terjadi dalam kehidupan mereka. Adanya solusi terhadap masalah yang ada menjadikan sebuah evaluasi bagi seseorang dalam menjalani kehidupan agar tidak terjerumus dalam masalah yang sama lagi dimasa mendatang. Dalam menangani perilaku hidup yang konsumtif, tentu diperlukan solusi yang tepat untuk menghasilkan situasi yang lebih baik daripada sebelumnya. Salah satu solusi dalam mengatasi hidup konsumtif adalah dengan melakukan kegiatan investasi atas harta yang dimiliki agar tidak habis karena keinginan yang selalu berlebihan.

Investasi merupakan sebuah komitmen pada suatu harta atau sumber penghasilan lainnya yang memiliki tujuan agar dapat mendapatkan keuntungan di masa mendatang (Maharani, 2020). Investasi dapat dipersembahkan sebagai alternatif untuk menangani isu pemborosan. Investasi berbeda dengan menabung, karena investasi digunakan agar mendapatkan potensi keuntungan yang lebih tinggi di masa depan sedangkan tabungan hanya untuk menjaga keamanan dan likuiditas dana serta dapat terimbas oleh inflasi. Penting bagi seseorang untuk memahami konsep tabungan dan investasi karena kedua hal tersebut akan menjadi landasan utama dalam merancang strategi keuangan berkelanjutan (Putri et al., 2024).

Investasi memiliki banyak jenis, diantaranya yaitu aset, emas, obligasi, saham, reksadana dan lainnya. Salah satu tipe investasi yang tetap banyak diminati

oleh berbagai kalangan adalah investasi pada produk emas. Emas merupakan salah satu jenis investasi yang terkenal karena risikonya yang rendah dan potensi keuntungan yang stabil. Dengan harga emas yang semakin meningkat menjadikan emas cocok digunakan sebagai sarana investasi jangka panjang di masa depan. Investasi emas menjadi alternatif menarik ditengah ketidakpastian ekonomi saat ini dan mampu terhindar dari inflasi serta suku bunga tinggi. Harga emas di Indonesia cenderung mengalami kenaikan terus-menerus, sementara penurunan nilainya tidak begitu signifikan. Sehingga ketika kita berinvestasi maka akan memberikan rasa aman, menguntungkan dan menjanjikan dalam jangka waktu panjang dibandingkan dengan instrumen investasi lainnya (Mundir et al., 2024). Namun adakalanya fluktuasi harga emas menjadi salah satu hal yang dikhawatirkan. Penelitian oleh (Maharani, 2020) mengungkapkan bahwa perubahan harga emas memengaruhi minat nasabah.

Promosi juga menjadi salah satu hal yang melatarbelakangi timbulnya minat investasi. Melalui promosi yang efektif, informasi mengenai manfaat dan kemudahan berinvestasi dalam tabungan emas dapat disebarluaskan kepada masyarakat. Promosi yang baik tidak hanya meningkatkan kesadaran tetapi juga mengedukasi calon investor tentang cara berinvestasi secara aman dan menguntungkan. Salah satu pendekatan yang berhasil adalah penggunaan media sosial dan seminar untuk menjelaskan produk tabungan emas. Dengan menyajikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, promosi dapat menarik minat nasabah untuk mencoba produk ini, khususnya di antara generasi muda yang lebih terbuka terhadap teknologi dan inovasi keuangan (Nahdi & Mukhlis, 2023). Pernyataan

tersebut sama seperti studi yang dilakukan oleh (Inayah, 2021) dan (Sholeh & Fauzia, 2021) mengemukakan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah, sementara penelitian (Aisyah, 2024) dan (Agustini et al., 2024) yang menunjukkan promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

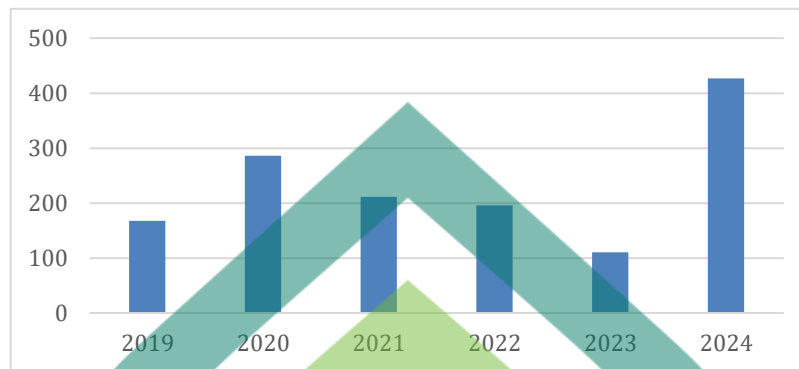
Pengetahuan merupakan keterangan yang telah diproses serta disusun untuk mencapai pemahaman lebih lanjut sehingga dapat diterapkan dalam berbagai keadaan. Adanya pengetahuan yang dimiliki seseorang dalam investasi menjadikannya yakin atas produk investasi yang akan dipilihnya serta mengetahui keuntungan dan risiko yang akan terjadi sehingga akan menimbulkan keputusan investasi yang baik (Nursya'bani & Fatah, 2023). Hal ini sesuai dengan penelitian (Fitriani et al., 2023) dan (Alhusna & Herman, 2024) mengemukakan pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah. Berbeda dengan penelitian (Anam & Kulsum, 2022) dan (Araffi & Haryono, 2022) yang menunjukkan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

Akhir-akhir ini, banyak yang menyuarakan untuk berinvestasi dengan emas melalui layanan-layanan baru yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga keuangan baik yang memiliki konsentrasi syariah maupun non syariah. Layanan tersebut diantaranya yaitu tabungan pegadaian emas, tabungan emas digital, pembiayaan emas, tabungan emas bank, solusi emas hijrah dan masih banyak lagi. Diantara layanan-layanan tersebut tentunya memiliki keamanan proses transaksi masing-masing. Contohnya adalah produk tabungan emas di Pegadaian dengan berbagai keuntungan serta prosedur investasi emas yang sederhana dan praktis. Dengan pertumbuhan ekonomi yang terus berkembang, lembaga keuangan seperti

Pegadaian terus berinovasi mengembangkan produk baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pegadaian adalah salah satu layanan yang beroperasi baik secara konvensional maupun syariah, yang dikelola oleh Perusahaan Umum (Perum). Pegadaian menjadi salah satu perusahaan yang terpercaya menawarkan investasi emas salah satu contohnya yaitu produk tabungan emas. Ini disebabkan oleh fakta bahwa emas adalah salah satu instrumen investasi yang mudah didapatkan dan praktis dalam hal penyimpanannya dengan tujuan investasi untuk masa yang akan datang. Produk tabungan emas berupa saldo titipan emas yang dapat dijual kembali, ditukarkan ke emas batangan (logam mulia) dan saldo titipan emas yang bisa digadaikan (Rivai, 2022).

Produk layanan tabungan emas Pegadaian diterbitkan pada tahun 2015 dengan tujuan agar menjadi pilihan investasi yang mudah, praktis, dan terjamin aman bagi masyarakat (Pegadaian, 2024). Data yang dikemukakan oleh PT. Pegadaian menyatakan bahwa produk emas yang telah mereka dapatkan pada akhir bulan juni 2024 mencapai 8,2 ton emas dengan mengalami peningkatan sebesar 8,34 % dibanding tahun 2023 serta terus meningkat sampai akhir tahun tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kenaikan minat nasabah ketika diberikan layanan kemudahan dalam berinvestasi emas melalui tabungan emas yang diterbitkan oleh pegadaian (Sinambela, 2024). Peningkatan jumlah nasabah tabungan emas tersebar diseluruh cabang di Indonesia. Salah satu yang mengalami peningkatan pesat pada tahun 2024 adalah Pegadaian Cabang Pekalongan yang dapat dilihat dalam grafik berikut:

Gambar 1. 1 Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Nasabah Tabungan Emas



Berdasarkan grafik tersebut tertera jumlah nasabah tabungan emas Pegadaian Cabang Pekalongan periode 2019-2024 (6 tahun terakhir). Data menunjukkan bahwa pada periode 2019-2023 terjadi kenaikan dan penurunan yang cukup stabil dengan rasio rata rata jumlah nasabah sebanyak kurang lebih 200 nasabah selama 5 tahun. Pada tahun 2024 terjadi kenaikan yang sangat signifikan pada jumlah nasabah tabungan emas yaitu mengalami kenaikan sebanyak 3,9 % dengan kenaikan jumlah sebanyak 317 nasabah. Kenaikan tersebut menjadi suatu keberhasilan oleh pihak Pegadaian dan menjadikan perlunya mengetahui apa yang melatarbelakangi adanya kenaikan tersebut.

Dari data yang telah diuraikan, peneliti tertarik meneliti melalui judul **“Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan tersebut, beberapa masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah fluktuasi harga emas berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan?
2. Apakah pengetahuan terhadap berpengaruh minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan?
4. Apakah fluktuasi harga emas, pengetahuan, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan?

C. Pembatasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini tetap fokus dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka diperlukan pembatasan masalah yang jelas dan terarah. Hal ini bertujuan untuk menghindari kajian yang terlalu luas serta menjaga konsistensi dan kedalaman analisis. Adapun ruang lingkup pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada variabel dependen yaitu minat nasabah terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan.
2. Variabel independen yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi:

- a. Fluktuasi harga emas
- b. Pengetahuan nasabah tentang tabungan emas
- c. Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian.

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis pengaruh fluktuasi harga emas terhadap minat nasabah pada produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan.
- b. Menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah pada produk Tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan.
- c. Menganalisis pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan.
- d. Menganalisis pengaruh fluktuasi harga emas, pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat nasabah pada produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Pekalongan.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini memberi pengalaman peneliti untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang didapatkannya selama kuliah sehingga peneliti dapat mengembangkan kemampuan akademik melalui proses analisis masalah yang diteliti dan kedepannya peneliti berharap bisa berkontribusi dalam memecahkan masalah ekonomi di lingkup industri keuangan atau perbankan.

2) Bagi Pegadaian Cabang Pekalongan

Pegadaian Cabang Pekalongan dapat memanfaatkan data penelitian ini sebagai acuan menentukan strategi meningkatkan minat nasabah Tabungan Emas di tahun berikutnya melalui variabel yang diteliti.

3) Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah referensi, baik sebagai sumber bacaan saja dan atau bisa dijadikan acuan ketika mengambil topik penelitian yang sejenis.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian ilmu ekonomi selanjutnya serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan penelitian agar tersusun secara teratur dan sistematis, peneliti merancang struktur pembahasan dengan susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup uraian umum meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, yang disusun berdasarkan konsep dari masing-masing variabel, telaah pustaka, kerangka berpikir dan penyusunan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi pembahasan mengenai jenis, pendekatan dan setting penelitian, variabel yang digunakan, populasi dan sampel, sumber data, metode pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat analisis data yang terdiri dari Gambaran umum, deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat hasil kesimpulan, saran dan kritik yang berkaitan dengan pemecahan masalah dalam penelitian nantinya dapat digunakan peneliti untuk sumber riset selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian skripsi yang telah dilakukan dengan judul "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Cabang Pekalongan", dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Fluktuasi Harga Emas berpengaruh signifikan dan berdampak positif terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi yang bernilai positif, yaitu 0,224 dan hasil uji T dengan nilai signifikansi 0,006 yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.
2. Pengetahuan berpengaruh signifikan dan berdampak positif terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi yang bernilai positif, yaitu 0,228 dan hasil uji T dengan nilai signifikansi 0,011 yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.
3. Promosi berpengaruh signifikan dan berdampak positif terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi yang bernilai positif, yaitu 0,229 dan hasil uji T dengan nilai signifikansi 0,001 yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.

4. Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, dan Promosi memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Pekalongan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dengan nilai 59,501 dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dan nilai *Adjusted R Square* mencapai 0,684 menunjukkan besaran kontribusi variabel fluktuasi harga emas, pengetahuan, dan promosi dalam menjelaskan variasi pada minat nasabah adalah sebesar 68,4%.

B. Keterbatasan Masalah

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil studi. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu lokasi, yaitu Pegadaian Cabang Pekalongan, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan untuk seluruh wilayah atau cabang Pegadaian di Indonesia.
2. Jumlah responden yang dilibatkan terbatas, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, sehingga belum sepenuhnya mewakili keseluruhan populasi nasabah tabungan emas.
3. Studi ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu fluktuasi harga emas, pengetahuan nasabah, dan promosi, untuk menganalisis minat nasabah terhadap produk tabungan emas. Padahal, kemungkinan terdapat variabel lain yang juga berpengaruh namun belum dimasukkan dalam penelitian ini.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian akademis, khususnya dalam bidang pemasaran jasa keuangan dan perilaku konsumen. Studi ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah terhadap produk keuangan berbasis emas. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya literatur mengenai peran fluktuasi harga komoditas dan aspek promosi dalam mempengaruhi perilaku nasabah di sektor lembaga keuangan non-bank.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak Pegadaian, khususnya Cabang Pekalongan, dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami pengaruh fluktuasi harga emas, tingkat pengetahuan nasabah, dan efektivitas promosi, manajemen Pegadaian dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk tabungan emas. Selain itu, hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi penyusunan kebijakan komunikasi dan edukasi produk yang lebih tepat sasaran bagi calon nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Ardyansyah, F. (2023). Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 123–145.
- Agustini, N. K. A., Anggraeni, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Koperasi Serba Usaha Banjar Babakan Blahbatuh Gianyar. *EMAS*, 21–101.
- Aisyah, S. (2024). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)*. Universitas Kuningan.
- Ajzen, I. (2015). Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70, 2.
- Al-Faruqi, I. R. (2018). *Tauhid dan Implikasinya terhadap Kehidupan Manusia*. Pustaka Hidayah.
- Alhusna, H., & Herman, S. (2024). Systematic Literature Review Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Layanan di Koperasi Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(9), 3693–3704.
- Amanda, L., Yanuar, F., & DEvianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Anam, M. K., & Kulsum, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas. *Jurnal Perbankan Syariah*, 3(2), 129–141.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press.
- Anzal. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pt. Pegadaian Cabang Syariah Luwu*.
- Apriani, D., Sari, M., & Pratama, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Minat Investasi Emas Syariah pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 7(1), 45–62.
- Araffi, M., & Haryono, S. (2022). Peran religiusitas dalam memoderasi persepsi, preferensi dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah

- Indonesia. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 461–467.
- Arihastini, P. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Komoditas di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 145–159.
- Ariska, C. P., Agus, R., & Marpaung, M. (2022). Pengaruh strategi promosi, religiusitas, fluktuasi harga emas dan digitalisasi terhadap keputusan nasabah berinvestasi tabungan emas. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), 477–487.
- Azzafira, S. (2021). Indikator Pengetahuan Dalam Keputusan Investasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Basuki, A. ., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Raja Grafindo Persada.
- Chapra, M. U. (2016). *The Future of Economics: An Islamic Perspective. Revised Edition*. The Islamic Foundation.
- Choirunnisa. (2018). *Analisis Fluktuasi Harga Emas terhadap Pendapatan Pegadaian Syariah Indonesia*.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2010). *Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai*.
- Dwitama, K. (2024). *Pandangan Islam Tentang Investasi*. <https://blog.bibit.id/blog1/2019/5/2/pandangan-islam-tentang-investasi-boleh-atau-tidak>, diakses pada hari sabtu 27 April 2024 pukul 20:45
- Ernst & Young. (2016). *World Islamic Banking Competitiveness Report 2016*. Ernst & Young Global Limited.
- Firdaus, A., Rahman, S., & Putri, D. (2022). Analisis pengaruh pengetahuan terhadap minat investasi pada generasi milenial. *Jurnal Keuangan Dan Investasi*, 13(4), 187–203.
- Firdaus, Rizky Achmad, & Ifrochah, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar Moda. *Jurnal Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 2(1), 16–28.
- Firliyana, A. (2022). Analisis minat nasabah terhadap produk tabungan emas di pegadaian. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 45–60.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2016). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach. Revised Edition*. Psychology Press.
- Fitriani, F., Binangkit, I. D., & Akhmad, I. (2023). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Keluarga Petani Dan Nelayan Desa Panipahan Kecamatan Pasir

- Limau Kapas. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MERDEKA EMBA*, 2(3), 446–476.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 28 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Strategi Promosi*. Penerbit Ekonomi.
- Haerisma, A., Ahdi, M., & Adha, L. (2021). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi terhadap Minat Nasabah dalam Produk Cicil Emas pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(2), 351175.
- Hakim, M. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitraguna (Studi Kasus BSI Ampera). *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 4(1).
- Hatta, J. (2023). Paradigma Transintegritas Ilmu: Mendekati Islam dari Sisi Sosiologi Islam. *Journal of Applied Transintegration Paradigm*, 3(2).
- Hayatullah, T. (2025). *engaruh Strategi Promosi, Fluktuasi Harga Emas Dan Digitalisasi Terhadap Minat Bertransaksi Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Cabang Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri.
- Huda, N., & Heykal, M. (2020). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoretis dan Praktis*. Kencana Prenada Media Group.
- Ikhsan, N., Fadilla, F., & Choirunnisak, C. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Produk BSI Gadai Emas (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 351–376. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.86>
- Inayah, A. U. (2021). Faktor Pelayanan, Promosi Dan Reputasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bri Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang Tahun 2019. *AL-BAYAN: JURNAL HUKUM DAN EKONOMI ISLAM*, 1(2), 32–48.
- Indriani, E. (2023). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas*.
- Iskandar, A. (2020). Metodologi penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 46–62.
- Islahi, A. A. (2014). *History of Economic Thought in Islam*. Edward Elgar Publishing.
- Jalaludin, R., Iskandar, & Komarudin, M. N. (2024). Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Menggunakan Produk Kredit Cepat Aman (KCA). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2).

- Kahneman, D., & Tversky, A. (2017). *Thinking, Fast and Slow: Behavioral Economics Perspective*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kamaruddin, H., Sari, D. P., & Rahman, A. (2023). Analisis populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 8(1), 15–28.
- Khairunnisa, T., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh pengetahuan, risiko, promosi terhadap minat berinvestasi reksa dana bagi GENERASI Z. *JAЕ (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(1), 79–91.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education.
- Laksana. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Era Digital*. Penerbit Manajemen.
- Lestariani, N. &. (2023). Bentuk-Bentuk Promosi dalam Pemasaran Kontemporer. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis hasil penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Madjid, M. N., Fielnanda, R., & Sesarwati, B. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Jelutung. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(1), 55–64. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i1.692>
- Mahaldi, A. S. (2021). Pengaruh pengetahuan, modal minimal, return investasi, dan risiko investasi terhadap minat mahasiswa manajemen keuangan syariah untuk berinvestasi di pasar modal syariah. *UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung*.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(2), 80. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i2.820>
- Marlina, S., & Putra, A. . (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Emas Sebagai Instrumen Investasi. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*.
- Meera, A. K. M. (2004). *The Islamic Gold Dinar*. Pelanduk Publications.
- Mundir, A., Hidayat, M. R., Alviansyah, M. R., & Maulana, A. R. (2024). Strategi Investasi Saham Perbankan Syariah Di Indonesia Dengan Menggunakan Metode Dollar-Cost Averaging Untuk Tercapainya Efektivitas Investasi Jangka Panjang. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 5(2), 123–136.
- Muslichah. (2017). Konsep Promosi dalam Pemasaran Modern. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Nahdi, M. R., & Mukhlis, I. (2023). Prinsip Etika Bisnis pada Digital Marketing:

Literature Review. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 123–197.

Narendra, N., & Lestariani, M. A. (2023). Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kota Balikpapan. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 6(3), 163–167.

Nisa, K., Rahman, A., & Sari, D. P. (2024). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Produk Keuangan Syariah Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Islam*, 18(1), 89–104.

Notoadmojo, S. (2023). *Konsep Pengetahuan dan Aplikasinya dalam Pengambilan Keputusan*.

Nufus, H. (2024). Analisis skala likert dalam pengukuran sikap konsumen. *Jurnal Penelitian Bisnis*, 15(2), 120–135.

Nursya'bani, R. Z., & Fatah, D. A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Pengetahuan Investasi Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas BSI. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3.

Pradekso, H. (2022). *Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Minat Investasi*, 2021; Nugraha, "Faktor-Faktor Promosi dalam Minat Berinvestasi.

Prasetyo. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Emas di Pegadaian*.

Pusat Kajian Ekonomika dan Bisnis Syariah UGM. (2018). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. <https://pkebs.feb.ugm.ac.id/2018/07/02/prinsip-prinsip-ekonomi-islam/>

Putri, R. R., Noverita, I. A., Arumandani, S., & Abadi, M. T. (2024). Konsep Tabungan Dan Investasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 172–179. <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jise.v2i1.559>

Qardhawi, Y. (2018). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Robbani Press.

Rahman, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Emas di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 15(2), 234–250.

Rahman, M. A. (2022). *Analisis Perilaku Masyarakat dalam Berinvestasi Emas Melalui Produk BSI Cicil Emas dengan Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior*. Skripsi. Purwokerto: UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri.

Rivai, V. (2022). Analisis Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian (Persero). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 6(2), 145–160.

Rukmana, F. (2020). Faktor Pengetahuan dalam Keputusan Berinvestasi di Pegadaian. *Jurnal Keuangan Syariah*.

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Santoso, S. (2019). *Menguasai SPSS Versi 25*. Elex Media Komputindo.
- Sari, J. D. P., & Azzafira, S. (2021). Analisis pengaruh pendapatan dan pengetahuan terhadap minat calon nasabah berinvestasi emas di Pegadaian Syariah. *Jurnal Investasi Islam*, 6(2), 95–117. <https://doi.org/10.32505/jii.v6i2.3552>
- Selvia, R. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Pekanbaru*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau.
- Setiadi. (2024). *Pengaruh Pemahaman Investasi Emas Terhadap Minat Masyarakat*.
- Setyono, J., & Rahman, A. (2021). Analisis Penggunaan Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Investasi Emas Di Bank Syariah. *WADIAH: Jurnal Lembaga Keuangan Islam*, 4(1), 67–89.
- Sholeh, K., & Fauzia, A. N. (2021). Pengaruh Promosi, Nilai Syari'ah, dan Prosentase Margin Terhadap Minat Nasabah untuk Mengajukan Pembiayaan Murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 4(1), 15–28.
- Sholihat. (2018). Tujuan dan Implementasi Strategi Promosi. *Jurnal Pemasaran Indonesia*.
- Sinambela, N. B. (2024). *Minat Makin Tinggi, Investasi Emas Pegadaian Melaju di Semester I*. Kontan.Co.Id.
- Sitorus, N. I. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil Emas pada Akad Murabahah (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri KCP Kampung Pajak Labuhan Batu Utara)*.
- Sodik, J. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Emas Dunia dalam Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 22(3), 234–248.
- Suci, N. A. C. (2021). *Faktor-faktor Perubahan Gaya Hidup Masyarakat di Era Globalisasi: Studi Deskriptif tentang Perilaku dan Gaya Hidup Remaja di Kampung Rancajigang Desa Padamulya Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(2).

- Taslim. (2018). *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Masyarakat*.
- Thaker, M. T., Mohammed, M. O., Duasa, J., & Abdullah, M. A. (2018). The influence of gold investment on economic growth in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 565–572.
- Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Usmadi, U. (2020). Pengujian persyaratan analisis (Uji homogenitas dan uji normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1).
- Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24.
- Wibowo, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Generasi Milenial di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 123–137.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Statistika Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. UPP STIM YKPN.

