

**PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS, STRATEGI
PROMOSI, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP
KEPUTUSAN INVESTASI EMAS MASYARAKAT
PEKALONGAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC
PEKALONGAN PEMUDA**

SKRIPSI

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



Oleh :

MUHAMMAD AHSANUL FAQIH

NIM. 4121042

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

2025

**PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS, STRATEGI
PROMOSI, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP
KEPUTUSAN INVESTASI EMAS MASYARAKAT
PEKALONGAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC
PEKALONGAN PEMUDA**

SKRIPSI

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



Oleh :

MUHAMMAD AHSANUL FAQIH

NIM. 4121042

**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 : Muhammad Ahsanul Faqih

NIM : 4121042

Judul Skripsi : **Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Strategi Promosi, Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi Emas Masyarakat Pekalongan Pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda**

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, 10 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



Muhammad Ahsanul Faqih

NIM. 4121042

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Ahsanul Faqih

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/i:

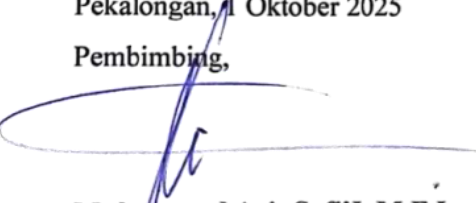
Nama : **Muhammad Ahsanul Faqih**
NIM : **4121042**
Judul Skripsi : **Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Strategi Promosi, Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi Emas Masyarakat Pekalongan Pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda**

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, 1 Oktober 2025

Pembimbing,



Muhammad Aris Safi'l, M.E.I
NIP. 198510122015031004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.fcbi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

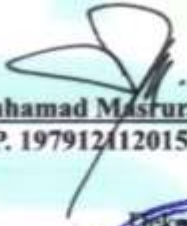
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **Muhammad Ahsanul Faqih**
NIM : **4121042**
Judul Skripsi : **Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Strategi Promosi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi Emas Masyarakat Pekalongan Pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda**
Dosen Pembimbing : **Muhammad Aris Safi'I, M.E.I**

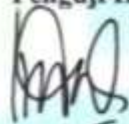
Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 23 Oktober 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta di terima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I


Muhamad Masrur, M.E.I
NIP. 197912112015031001

Penguji II


Indah Purwanti, M.T
NIP. 198701072019032011

Pekalongan, 29 Oktober 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. A.M. Ma' Hafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama
kesulitan ada kemudahan”

(Al-Insyirah : 5)

لَا الشَّمْسُ بِنُبُغِي لَهَا أَنْ تُدْرِكَ الْقَمَرَ وَلَا اللَّيْلُ سَابِقُ
النَّهَارِ كُلُّ فِي فَلَاكِ يَسْبَحُونَ

"Tidaklah mungkin bagi matahari
mengejar bulan dan malam pun tidak
dapat mendahului siang. Masing-
masing beredar pada garis edarnya"

(Yasin : 40)

“Rasakanlah setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu,
sehingga kamu tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sejauh ini”

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai wujud dedikasi dan penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat selama proses penyusunan karya ilmiah ini.

1. Teruntuk kedua orang tua ku tercinta, support system terbaik dan panutanku Ayahanda Arif Rachman dan cinta pertama yang sangat penulis sayangi, Ibunda Nurul Hikmah. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tak pernah usai, dan pengorbanan yang tak pernah ternilai. Terimakasih juga atas kesabaran yang sangat luar biasa dalam menasehati dan memberikan arahan kepada penulis. Skripsi ini adalah bukti kecil dari perjuangan kalian yang telah membawaku ke titik ini. Semoga karya ini menjadi sebuah kebanggaan dan wujud cinta untuk kalian.
2. Untuk kedua adek ku tersayang yang turut memberikan doa, serta dukungan nya. Tak lupa kepada kakek dan nenek yang telah tiada, kasih sayang serta doa-doa yang selama ini telah diberikan. Semoga penulis bisa menjadi cucu yang dapat dibanggakan.
3. Kepada seorang perempuan cantik nan baik hati yang selalu memberikan semangat dan support nya kepada penulis, Yulia Rahmawati. Terima kasih telah ada dan menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, Terimakasih atas kasih sayang, cinta, perhatian yang telah diberikan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga telah menjadi penyemangat dan pengingat bahwa saya mampu melewati semua ini, selalu mengingatkan untuk terus bersyukur dan memperbaiki diri agar lebih baik. Semoga kita senantiasa diberi kebahagiaan, kesehatan dan kekuatan dalam melewati segala rintangan yang ada.

4. Teman-teman ku seperjuangan dan satu perkuliahan. Terimakasih untuk 4 tahun pertemanan ini, terimakasih untuk semua cerita dan pengalaman yang sudah dilalui bersama. Semoga doa-doa dan segala impian kita dapat terwujud.
5. Teman sekaligus sahabat sejak SMA, Dani Kurniawan dan Reyhan Farrelan. Terimakasih atas segala canda tawa yang telah hadir diantara kita. Terimakasih atas bantuan yang selama ini penulis telah terima. Semoga persahabatan ini akan terus berlanjut hingga akhir nanti.
6. Teruntuk Dosen Pembimbing skripsi saya Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I. Menyelesaikan skripsi bukanlah hal yang mudah yang harus saya jalani sebagai mahasiswa, terimakasih sudah meluangkan waktu untuk membimbing saya. Segala kritik dan saran yang diberikan sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
7. Dosen Wali Bapak Dr. Agus Fakhрина, MSI yang telah memberikan arahan dan waktunya untuk membimbing dalam perjalanan perkuliahan ini. Terima kasih atas segala motivasi dan bimbingan yang telah diberikan.
8. Teman teman SHAE'21 yang sudah menjadi pelengkap di dunia perkuliahan ini selama kurang lebih 4 tahun.

ABSTRAK

MUHAMMAD AHSANUL FAQIH. Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Strategi Promosi, dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Investasi Emas pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda.

Perkembangan investasi emas di masyarakat Pekalongan menunjukkan peningkatan yang cukup pesat, khususnya melalui produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Fenomena fluktuasi harga emas, strategi promosi, serta kemudahan transaksi diduga memengaruhi keputusan masyarakat dalam berinvestasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan investasi emas, baik secara parsial maupun simultan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *field research*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 80 responden yang merupakan masyarakat Pekalongan pengguna produk investasi emas. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi harga emas berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas. Strategi promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas. Sementara itu, kemudahan transaksi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan investasi emas, sedangkan fluktuasi harga emas dan strategi promosi hanya memberikan pengaruh apabila digabungkan secara simultan.

Kata Kunci: Fluktuasi harga emas, strategi promosi, kemudahan transaksi, keputusan investasi

ABSTRACT

MUHAMMAD AHSANUL FAQIH. The Influence of Gold Price Fluctuations, Promotional Strategies, and Transaction Convenience on Gold Investment Decisions at Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda.

The development of gold investment in the Pekalongan community has increased significantly, especially through the gold installment product at Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. The phenomena of gold price fluctuations, promotional strategies, and transaction convenience are assumed to influence investment decisions. Therefore, this study aims to analyze the influence of these three variables on gold investment decisions, both partially and simultaneously.

This research employs a quantitative method with a field research approach. Data were collected through questionnaires distributed to 80 respondents from Pekalongan who are gold investment customers. The data were analyzed using multiple linear regression with t-test, F-test, and the coefficient of determination.

The results show that gold price fluctuations has a significant effect on gold investment decisions. Promotional strategies have no significant effect. Meanwhile, transaction convenience also has a significant effect on gold investment decisions. Simultaneously, all three variables significantly influence gold investment decisions of the Pekalongan community. Thus, it can be concluded that transaction convenience is the dominant factor influencing gold investment decisions, while gold price fluctuations and promotional strategies only contribute when combined simultaneously.

Keywords: Gold price fluctuations, promotional strategies, transaction convenience, investment decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Agus Fakhрина, MSI. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Kedua Orangtua saya yang telah memberikan doa dan dukungan nya

Semoga Allah SWT membalas segala bantuan dan kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 30 September 2025

Penulis



MUHAMMADAHSANUL FAQIH

NIM. 4121042

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.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Telaah Pustaka	24
C. Kerangka Teori.....	33
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Pendekatan Penelitian	39
C. Setting Penelitian	40
D. Populasi dan Sampel	40

E. Variabel Penelitian	42
F. Sumber Data.....	43
G. Teknik Pengumpulan Data.....	46
H. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Umum Lokasi	53
B. Deskripsi Data dan Karakteristik Responden	54
C. Analisis Data	60
1. Uji Instrumen Data	60
2. Uji Asumsi Klasik	62
BAB V PENUTUP.....	80
A. Simpulan	80
B. Keterbatasan Penelitian.....	82
C. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	I
DAFTAR HIDUP PENULIS	XIX

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ďad	Ď	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	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
ه	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

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

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

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

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	ai	a dan u
اُو...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

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

Tabel Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِ...اِى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اِو...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu :

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah
- طَلْحَة talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas :

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha fahuwa khairur-rāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

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:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm

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

Contoh :

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amūru jamī`an

J. Tajwid

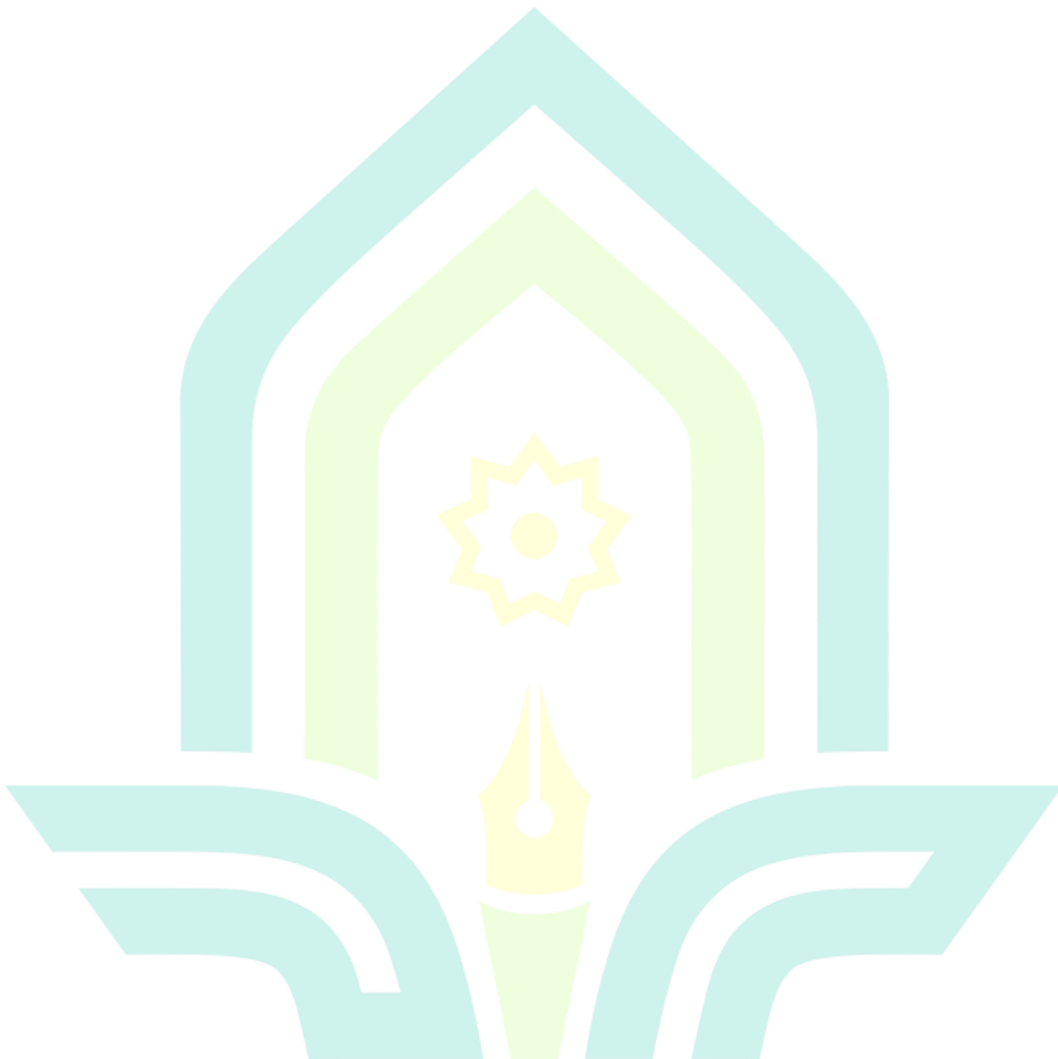
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 4. 1 Usia Responden	50
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden X1.....	51
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden X2.....	51
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden X3.....	53
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Y	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas X1	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas X2	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas X3	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Y.....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4. 16 Hasil Uji t	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	65

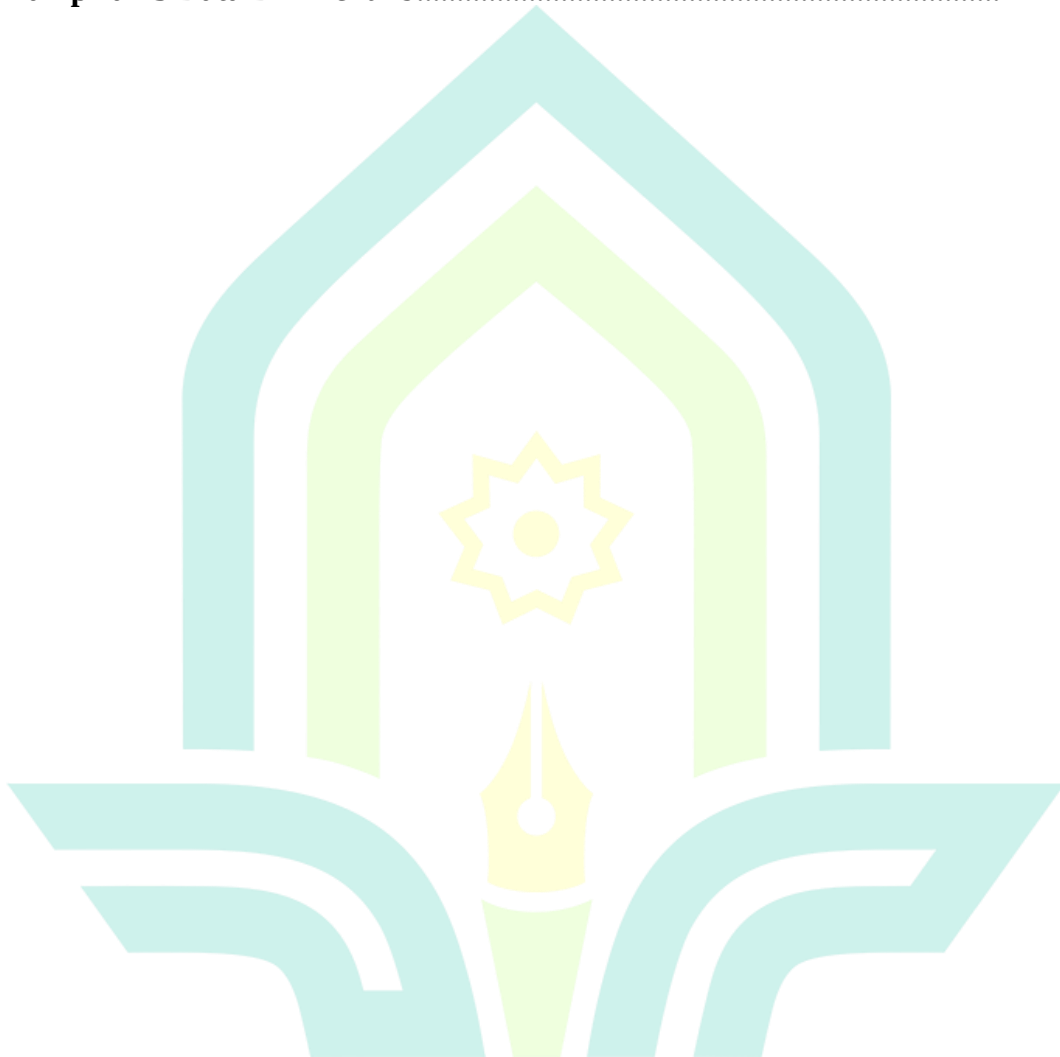
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Harga Emas 5 Tahun Terakhir	2
Gambar 1. 2. Data Nasabah Cicil Emas.....	3



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	I
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner.....	VI
Lampiran 3 Hasil Output SPSS	XIII
Lampiran 4 Dokumentasi.....	XVII
Lampiran 5 Data Diri Penulis.....	XIX



BAB I

PENDAHULUAN

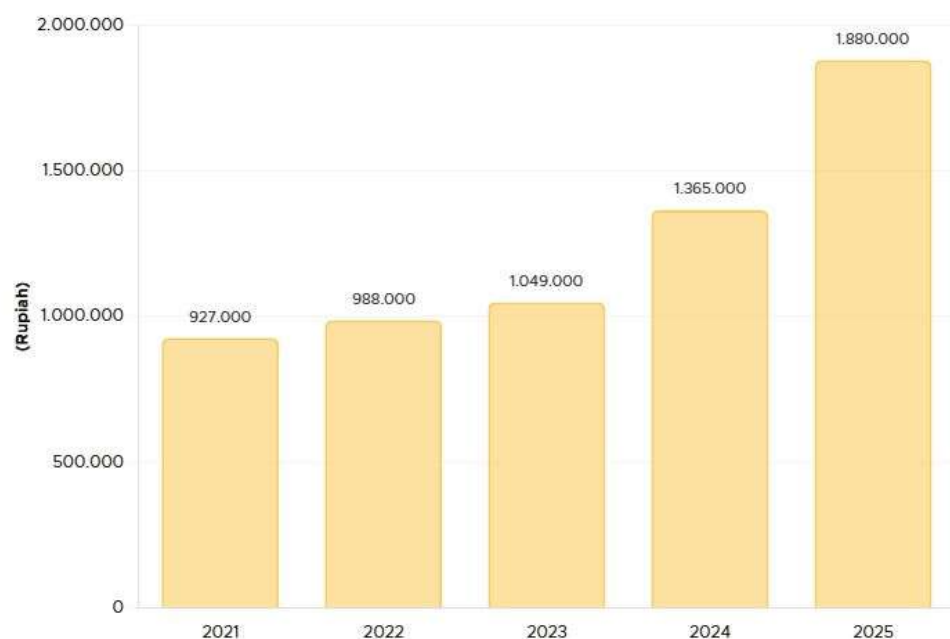
A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah di Indonesia saat ini menunjukkan dinamika pertumbuhan yang signifikan. Lembaga keuangan syariah muncul sebagai alternatif strategis bagi masyarakat yang menghendaki layanan keuangan yang sejalan dengan hukum syariah, bebas dari unsur riba, ketidakjelasan, dan perjudian. Satu diantara fungsi esensial lembaga keuangan syariah ialah berperan sebagai perantara dalam pengelolaan dana masyarakat, baik dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan. Untuk memenuhi kebutuhan nasabah, berbagai produk keuangan syariah terus dikembangkan, termasuk instrumen investasi yang dirancang selaras dengan kaidah-kaidah Islam.

Satu diantara bentuk investasi yang semakin diminati oleh masyarakat adalah investasi emas. Emas telah lama dikenal sebagai alat investasi yang aman dan bernilai tinggi. Sejak zaman dahulu, emas digunakan sebagai alat tukar, cadangan kekayaan, dan simbol kemakmuran. Dalam sistem ekonomi modern, emas tetap menjadi pilihan utama sebagai instrumen investasi unggulan yang memiliki kemampuan tinggi dalam mempertahankan nilai terhadap tekanan inflasi serta gejolak ketidakstabilan ekonomi. Keunggulan utama dari investasi emas adalah kemampuannya untuk mempertahankan nilai dalam jangka panjang, berbeda dengan aset lain yang nilainya dapat tergerus akibat perubahan kondisi ekonomi dan politik. (Fitri, 2022). Investasi emas dipandang memiliki tingkat stabilitas yang lebih unggul jika dibandingkan

dengan instrumen investasi lainnya, seperti saham dan obligasi, yang cenderung lebih rentan terhadap fluktuasi dan volatilitas pasar. Dalam banyak kasus, ketika terjadi ketidakstabilan ekonomi global, harga emas justru mengalami kenaikan disebabkan oleh peralihan preferensi investor terhadap emas sebagai aset pelindung nilai yang dianggap lebih aman dan tahan terhadap risiko pasar. Fenomena ini terjadi karena emas memiliki nilai intrinsik yang tidak terpengaruh oleh kebijakan moneter atau fluktuasi nilai tukar mata uang. Nilai emas juga tergolong selalu naik tiap tahun nya, maka dari itu investasi emas sangatlah menguntungkan bagi masyarakat. (Asikin, 2024)

Gambar 1.1 Harga Emas 5 Tahun Terakhir



Sumber : (Anekalogam.co.id)

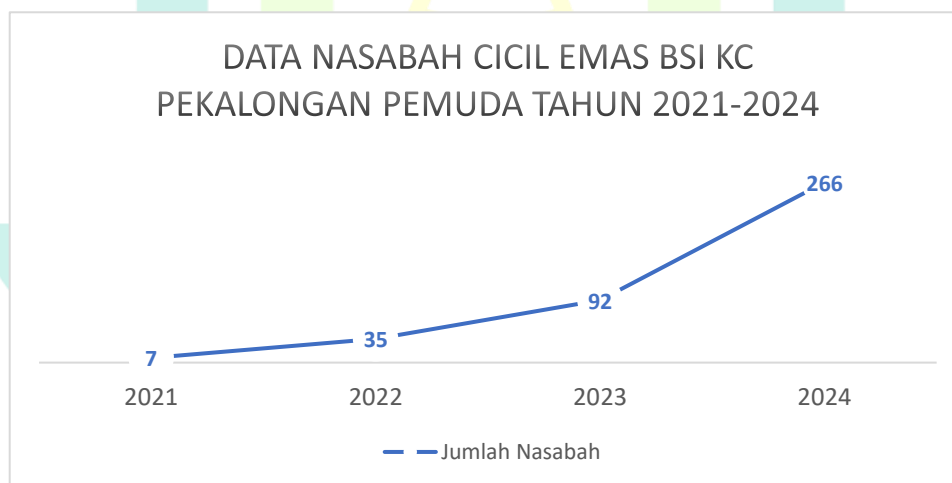
Salah satu layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia adalah pembiayaan BSI Cicil Emas. Program ini memungkinkan masyarakat untuk berinvestasi dalam emas batangan dengan sistem cicilan. BSI Cicil Emas

menyediakan berbagai pilihan berat logam mulia, mulai dari 10gram hingga 100 gram. Program pembiayaan emas secara cicilan pada lembaga perbankan syariah telah diperkenalkan mulai awal tahun 2013.(Tuti Harahap, 2024)

Namun, pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Pekalongan Pemuda, layanan ini baru resmi diluncurkan pada September 2021. Sejak peluncurannya hingga Desember 2024, jumlah nasabah yang memanfaatkan fasilitas pembiayaan cicil emas pada kantor cabang tersebut telah mencapai sekitar 400 orang. Angka ini menjadi yang tertinggi untuk kantor cabang di Kota dan Kabupaten Pekalongan. (Anis Inayati, 2025)

Berikut ini adalah grafik pertumbuhan jumlah nasabah selama satu tahun terakhir di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pekalongan Pemuda.

Gambar 1.2 Data Nasabah Cicil Emas 1



Sumber : Wawancara dengan pegawai BSI KC Pekalongan Pemuda

Tabel di atas mengindikasikan peningkatan konsisten minat masyarakat terhadap investasi emas dari tahun ke tahun. Pada awal peluncuran di tahun 2021 baru 7 orang yang melakukan transaksi cicil emas, namun pada tahun

2024 angka nya naik signifikan menjadi 266 orang yang melakukan transaksi. Maka dari itu peneliti bermaksud mengkaji berbagai faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam melakukan investasi emas.

Pergerakan harga emas atau yang sering disebut fluktuasi harga emas menjadi faktor dominan yang mempengaruhi keputusan investasi masyarakat. Fluktuasi diartikan sebagai perubahan atau ketidakstabilan harga dalam periode tertentu, baik berupa kenaikan maupun penurunan nilai. Dalam konteks investasi emas, fluktuasi harga menunjukkan dinamika nilai emas yang dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, seperti inflasi, tingkat suku bunga, nilai tukar mata uang, dan permintaan pasar global. Hubungan antara fluktuasi dan nilai emas bersifat langsung, di mana ketika terjadi tekanan ekonomi atau pelemahan nilai mata uang, harga emas cenderung meningkat karena fungsinya sebagai safe haven atau aset pelindung nilai. Secara historis, pergerakan harga emas di Indonesia memperlihatkan kecenderungan kenaikan setiap tahunnya. Bahkan ketika terjadi penurunan, nilainya tidak terlalu signifikan dibandingkan dengan aset investasi lainnya. Hal ini membuat emas tetap menjadi alternatif yang diminati oleh masyarakat yang berminat melakukan investasi dengan risiko yang lebih rendah. (Oktari, 2023)

Untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat dan juga untuk meningkatkan penjualan mengenai investasi emas, Bank Syariah Indonesia (BSI) menerapkan berbagai strategi promosi dan edukasi. Media promosi menjadi alat yang penting bagi bank dalam menginformasikan kepada masyarakat tentang manfaat investasi emas dalam menjaga kestabilan

keuangan di masa depan. Promosi ini dilakukan melalui berbagai media, seperti brosur, baliho, media sosial, serta sosialisasi langsung kepada masyarakat.(Afrian, 2025)

Setiap cabang BSI memiliki strategi promosi tersendiri dalam menawarkan produk investasi emas. Sebagai contoh, BSI Cabang Pekalongan Pemuda aktif dalam melakukan edukasi dan promosi kepada masyarakat mengenai pentingnya investasi emas. Edukasi ini dilakukan dengan mengadakan seminar, workshop, dan presentasi di berbagai wilayah, termasuk di kelurahan dan kecamatan. Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan masyarakat semakin memahami bahwa emas bukan hanya sekadar perhiasan, tetapi juga merupakan aset yang dapat menjaga kestabilan keuangan di masa depan.

Tak hanya strategi promosi saja, Bank Syariah Indonesia juga terus meningkatkan pelayanan nya untuk memudahkan dan membuat nyaman para nasabah nya. Pada produk cicil emas ini, Bank Syariah Indonesia menawarkan kemudahan dalam sistem pembayaran bagi nasabah yang ingin berinvestasi emas. Skema pembiayaan ini menerapkan akad murabahah, yaitu skema transaksi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dengan membeli emas terlebih dahulu dan menjualnya kembali kepada nasabah sesuai harga yang disepakati sejak awal mencakup margin keuntungan yang telah ditetapkan bersama. Selain itu, pembiayaan ini juga menggunakan akad rahn (gadai) sebagai jaminan, sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memiliki emas secara bertahap.(Wildana, 2024)

Emas dikenal sebagai aset yang tahan terhadap krisis ekonomi dan dapat dijadikan sebagai cadangan keuangan yang stabil. Keunggulan lainnya adalah kemudahan dalam mencairkan investasi emas dibandingkan dengan instrumen investasi lainnya, seperti properti atau obligasi. Kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor yang mendorong minat masyarakat dalam berinvestasi emas, khususnya melalui Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pekalongan Pemuda. Pada BSI KC Pekalongan Pemuda, proses transaksi investasi emas dilakukan secara praktis dan transparan melalui platform digital seperti Byond yang merupakan aplikasi *mobile banking* milik BSI, yang memungkinkan nasabah melakukan pembelian, penjualan, maupun pemantauan harga emas secara real time tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Selain itu, BSI juga menyediakan layanan pembiayaan emas dengan sistem cicilan sesuai prinsip syariah (akad murabahah), sehingga nasabah dapat memiliki emas dengan cara yang mudah dan terjangkau tanpa mengandung unsur riba. (Ningsih, 2021)

Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi emas, diharapkan ke depan akan semakin banyak inovasi dalam layanan investasi emas berbasis syariah. Bank syariah dapat terus meningkatkan transparansi, kemudahan akses, serta perlindungan terhadap nasabah dalam menjalankan investasi emas mereka. Dengan strategi pemasaran yang inovatif dan edukasi yang berkelanjutan, diharapkan Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat terus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan syariah dan

mendorong pertumbuhan ekonomi umat melalui investasi emas yang halal dan berkelanjutan.(Rezaldo, 2025)

Namun demikian, hasil telaah terhadap berbagai penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang masih memerlukan kajian lebih mendalam. Penelitian oleh Deswita Anggraini (2023) dan Fiyona Oktari (2023) menunjukkan bahwa fluktuasi harga emas dan promosi memberikan dampak positif dan signifikan terhadap minat investasi emas. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian Tryandi Hayatullah (2025) yang menegaskan bahwa strategi promosi dan fluktuasi harga emas memberikan pengaruh positif terhadap minat bertransaksi tabungan emas. Temuan-temuan tersebut memperkuat bahwa kedua variabel tersebut relevan untuk diteliti dalam ruang lingkup produk cicil emas di bank syariah.

Sementara itu, hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Ismi Kuswati (2023) yang menunjukkan bahwa harga emas tidak memberikan dampak yang berarti pada ketertarikan masyarakat menabung emas pada Unit Pegadaian Syariah Bintoro Demak. Hasil negatif ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan (inkonsistensi) dalam temuan sebelumnya yang menjadi dasar penting untuk dikaji ulang pada konteks, lokasi, dan populasi yang berbeda.

Selain itu, kebanyakan penelitian terdahulu belum secara simultan mengkaji variabel kemudahan transaksi bersama dengan fluktuasi harga dan strategi promosi dalam satu model analisis. Penelitian ini hadir sebagai upaya untuk mengisi kesenjangan penelitian yang masih terbuka dengan menguji secara

komprehensif tiga variabel independen sekaligus yakni fluktuasi harga emas, strategi promosi, dan kemudahan transaksi terhadap minat investasi emas masyarakat di Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda.(Maharani, 2020)

Dengan demikian, pemilihan ketiga variabel yakni fluktuasi harga emas, strategi promosi, dan kemudahan transaksi dalam studi ini didasarkan pada relevansi empiris dan logis dari penelitian-penelitian sebelumnya. Fluktuasi harga emas dipilih karena terbukti dalam beberapa studi seperti oleh Anggraini (2023) dan Iskandar (2025) berpengaruh terhadap keputusan investasi emas. Strategi promosi dipertimbangkan karena hasil dari Sakinah (2024) dan Hayatullah (2025) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap peningkatan minat investasi melalui media edukasi dan kampanye promosi. Kemudahan transaksi diangkat dari studi seperti Devi Anugrah Heni (2020), yang menegaskan pentingnya kemudahan akses dan penggunaan dalam meningkatkan kenyamanan serta ketertarikan masyarakat terhadap instrumen investasi.

Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh fluktuasi harga emas, strategi promosi, dan kemudahan transaksi secara parsial maupun simultan terhadap minat investasi emas masyarakat di Kota Pekalongan, khususnya pada produk cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Temuan ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih yang bermakna baik secara

teoritis maupun praktis dalam pengembangan produk investasi emas syariah ke depan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah fluktuasi harga berpengaruh terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan?
2. Apakah strategi promosi berpengaruh terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan?
3. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan?
4. Apakah fluktuasi harga emas, strategi promosi, dan kemudahan transaksi berpengaruh simultan terhadap keputusan investasi masyarakat Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa pengaruh fluktuasi harga terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan
2. Untuk menganalisa pengaruh strategi promosi terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan
3. Untuk menganalisa pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan
4. Untuk menganalisa pengaruh fluktuasi harga emas, strategi promosi, dan kemudahan transaksi terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Guna memperkaya pengetahuan keilmuan, informasi, serta wawasan tentang sistem cicil emas pada bank syariah mengenai pengaruh fluktuasi harga, strategi promosi, dan kemudahan transaksi terhadap keputusan investasi emas masyarakat pekalongan

2. Manfaat Praktis

Bagi penerima manfaat secara langsung atau tempat yang diteliti yakni Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda khususnya divisi emas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa informasi yang komprehensif mengenai dinamika harga emas secara umum serta minat masyarakat dalam bertransaksi melalui berbagai produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam menentukan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, sekaligus membantu dalam mengidentifikasi waktu yang tepat untuk melakukan transaksi investasi tersebut.

E. Sistematika Pembahasan

Kerangka konseptual yang terstruktur dan sistematis yang digunakan untuk menyajikan dan menyusun materi pembahasan secara logis dan dapat dipahami. Di bawah ini ialah penyusunan sistematika pembahasannya:

BAB I Pendahuluan

Bagian pendahuluan memaparkan tentang informasi latar belakang masalah riset untuk memperjelas konteks di balik permasalahan penelitian ini, penyebab mendasar permasalahan, dan sedikit penjelasan tentang fenomena yang terjadi. Dan terdapat hal lain yang menyangkut dengan penelitian seperti dijelaskan tujuan, batasan masalah, dan juga manfaat dari adanya riset.

BAB II Landasan Teori

Bab ini mencakup mengenai landasan teori pendukung penelitian, telaah pustaka serupa penelitian ini, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang ditetapkan dalam studi

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini memuat penjelasan jenis penelitian yang dipakai, sumber data yang ditentukan, instrumen dan teknik pengumpulan data, variabel penelitian, pengambilan populasi dan sampel, serta teknik yang dimanfaatkan penelitian.

BAB IV Hasil Pembahasan

Bab hasil pembahasan secara umum berisikan hasil riset meliputi analisis data dan interpretasinya secara rinci dari hasil analisis penelitian yang telah diuji dan kemudian dijabarkan.

BAB V Penutup

Bab ini memuat rangkuman beserta hasil temuan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Menelusuri output analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan terkait dampak fluktuasi harga emas, strategi promosi, serta kemudahan transaksi terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan di Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda, riset ini menghadirkan kesimpulan yang mencerminkan temuan-temuan penting dari studi ini:

1. Fluktuasi harga emas (X1) terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung = 2,062 lebih besar dari t tabel = 1,992, dan tingkat signifikansi = $0,043 < 0,05$, sehingga hipotesis diterima. Hal ini menegaskan bahwa masyarakat memperhatikan faktor harga emas dalam memutuskan investasi. Harga yang dinilai terjangkau, sesuai kualitas, dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh mendorong masyarakat untuk berinvestasi. Dengan demikian, fluktuasi harga emas dapat dipandang sebagai salah satu faktor signifikan yang turut menentukan arah dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi emas di BSI KC Pekalongan Pemuda.
2. Strategi promosi (X2) tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan. Output uji t memperoleh nilai t hitung = $-0,221 < t$ tabel = 1,992 dan signifikansi = $0,826 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Bank Syariah

Indonesia telah melakukan promosi melalui media sosial, iklan, maupun edukasi masyarakat, upaya tersebut belum cukup kuat secara statistik dalam memengaruhi keputusan masyarakat untuk berinvestasi emas. Dengan kata lain, promosi yang ada lebih berfungsi sebagai media informasi, namun belum sepenuhnya membentuk keyakinan atau mendorong tindakan investasi.

3. Kemudahan transaksi (X3) berperan secara signifikan terhadap keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan. Output uji t menunjukkan nilai t hitung = 4,375 > t tabel = 1,992 dengan signifikansi = 0,000 < 0,05. Hal ini menandakan bahwa faktor kemudahan dalam mengakses layanan, fleksibilitas sistem, kejelasan prosedur, dan kenyamanan bertransaksi menjadi pertimbangan dominan yang mendorong masyarakat untuk mengambil keputusan investasi emas. Dengan adanya layanan digital yang praktis dan mudah dipahami, masyarakat semakin terdorong untuk memilih produk cicil emas.
4. Ketiga variabel independen yang meliputi fluktuasi harga emas, strategi promosi, dan kemudahan transaksi terbukti secara bersama-sama berperan signifikan terhadap keputusan investasi emas. Hal ini tercermin dari uji F yang menghasilkan F hitung = 25,452 > F tabel = 2,49 dan signifikansi = 0,000 < 0,05. Artinya, meskipun secara parsial hanya kemudahan transaksi yang signifikan, namun jika digabungkan, ketiga variabel mampu menjelaskan variasi keputusan investasi emas masyarakat secara bermakna.

Berdasarkan temuan penelitian, kemudahan transaksi muncul sebagai faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan di Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Fluktuasi harga emas dan strategi promosi tetap memiliki peran, tetapi tidak cukup kuat secara parsial. Namun, jika dipadukan dengan aspek kemudahan transaksi, ketiganya mampu memperkuat keputusan investasi masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan keputusan investasi emas masyarakat Pekalongan lebih ditentukan oleh kualitas layanan dan kemudahan transaksi yang diberikan, sementara promosi dan fluktuasi harga emas berfungsi sebagai faktor pendukung.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang muncul dalam penelitian ini diharapkan mampu berperan sebagai pijakan berharga bagi studi-studi yang akan datang sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih komprehensif dan mendalam. Adapun keterbatasan tersebut meliputi:

1. Studi ini memusatkan perhatian hanya pada tiga variabel independen yakni fluktuasi harga emas, strategi promosi, dan kemudahan transaksi, sehingga masih terdapat kemungkinan variabel lain seperti literasi keuangan, religiusitas, tingkat pendapatan, maupun faktor psikologis yang dapat memengaruhi keputusan investasi emas namun belum diteliti.

2. Karena studi ini difokuskan pada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda, kesimpulan yang dihasilkan bersifat spesifik dan tidak dapat langsung diterapkan pada nasabah BSI di wilayah lain atau lembaga keuangan syariah lainnya.
3. Studi ini hanya mencakup periode satu bulan sebagai batasan waktu pelaksanaan penelitian sehingga tidak dapat mencerminkan dinamika fluktuasi harga emas maupun strategi promosi dalam jangka panjang, termasuk perubahan kebijakan atau tren investasi emas di masa mendatang.
4. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert, sehingga keakuratan hasil penelitian sangat dipengaruhi oleh pemahaman dan kejujuran responden sehingga memungkinkan adanya bias jawaban yang dapat memengaruhi keakuratan hasil penelitian.

C. Saran

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian sekaligus keterbatasannya, penulis menyampaikan sejumlah saran yang relevan.

1. Pada penelitian mendatang, disarankan agar ruang lingkup objek studi diperluas tidak hanya pada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda, tetapi juga melibatkan nasabah di cabang lain bahkan lembaga keuangan syariah yang berbeda untuk memperoleh temuan yang lebih menyeluruh dan dapat diterapkan secara lebih luas disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk memasukkan variabel tambahan yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi emas seperti literasi keuangan, tingkat pendapatan, faktor religiusitas, maupun motivasi psikologis, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih utuh.
2. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda, temuan studi menegaskan bahwa kemudahan transaksi berdampak signifikan terhadap keputusan investasi emas, sehingga bank perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital, memperbaiki sistem aplikasi, dan menyederhanakan prosedur transaksi agar semakin memudahkan nasabah. Mengingat strategi promosi dalam penelitian ini belum berpengaruh signifikan, maka pihak bank sebaiknya lebih kreatif dalam menyusun promosi, misalnya melalui edukasi intensif tentang manfaat investasi emas, penyediaan simulasi keuntungan, serta pemanfaatan

media sosial maupun komunitas untuk memperluas jangkauan promosi.

3. Bagi masyarakat, khususnya calon investor, diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan terutama terkait investasi emas syariah dengan tujuan memfasilitasi proses pengambilan keputusan yang bijak dan menguntungkan. Dengan pemahaman yang baik, masyarakat dapat memanfaatkan produk investasi emas tidak hanya sebagai sarana penyimpanan nilai, tetapi juga sebagai instrumen keuangan yang selaras dengan hukum Islam.



DAFTAR PUSTAKA

- Adila, N. (2024). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 Di Kabupaten Sarolangun. *Repository UNJA*.
- Afrian, R. (2025). Pengaruh Fluktuasi Kurs US Dollar dan Harga Emas Terhadap Penjualan MULIA Pegadaian Periode Tahun 2019 – 2023. *Ulilalbab Institute*.
- Ahda, S. N. (2023). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Cicil Emas di BSI KCP Pasar Cempaka. *UIN Antasari*.
- Alvien Septian Haerisma, M. A. (2021). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas Pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu. *JURNAL EKONOMI RABBANI*.
- Atina Ahdika. (2023). Analisis Regresi Berganda pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Fisik Preservasi Jalan dan Jembatan Di Provinsi Sumatera Selatan. *Emerging Statistics and Data Science Jurnal*.
- Anggraini, D. (2023). Pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah pada cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok. *Undergraduate Thesis, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*. .
- Anis Inayati. (2025). *Data Nasabah cicil emas BSI KC Pekalongan Pemuda*.
- Arrosyid, A. (2024). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *JESIL: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Industri Halal*.
- Asikin, M. Z. (2024). Peran Emas sebagai Lindung Nilai terhadap Ketidakpastian Pasar Keuangan Global. *Hawalah: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*.
- Auladi, A. F. (2021). Pengaruh Strategi Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Untuk Berinvestasi di PT Pegadaian cabang Kebumen. *UIN Saizu*.
- Azizah, D. N. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Tali Terpal Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Marketing Syari'ah. *UIN Syekh Wasil Kediri*.
- Davis. (2021). *Dag Demantic Parsing with Attention-based Decoder*. *Association for Computational Linguistic*.

- Devi Anugrah Heni, B. M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *SMOOTING : Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah, Vol.18 No.2*.
- Evan Zesty Saputra, D. P. (2023). Pengaruh Motivasi Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Saham Mahasiswa Di Batam. *UPBATAM*.
- Fahmi, G. (2018). *Senarai Penelitian Pendidikan Hukum Dan Ekonomi*. Deepublish.
- Fitri, W. (2022). Pengaruh Integritas Perbankan Syariah Sebagai Sektor Keuangan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia Pada Masa Pandemi. *Pengaruh Integritas Perbankan Syariah Sebagai Sektor Keuangan Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia Pada Masa Pandemi*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*.
- Hayatullah, T. (2025). Pengaruh Strategi Promosi, Fluktuasi Harga Emas Dan Digitalisasi Terhadap Minat Bertransaksi Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian Cabang Banda Aceh. *Repository UIN AR-RANIRY*.
- Indriani, E. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas. *Repository Universitas Islam Indonesia*.
- Iskandar, M. (2025). Analisis Pengaruh Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan Mobile Banking Terhadap Minat Investasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia (Studi kasus BSI KCP Batang). *E-Thesis UIN KH. Abdurrahman Wahid*.
- Kotler, P. A. (2016). *Marketing Manajemen*. Erlangga.
- Kuswati, I. (2023). Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada minat masyarakat menabung emas pada Unit Pegadaian Syariah Bintoro Demak sedangkan Harga Emas tidak ada pengaruh positif dan signifikan pada minat masyarakat menabung emas pada Unit Pegadaian Syariah. *Repository IAIN Kudus*.
- Lisdayanti. (2021). Pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam menggadaikan emas pada produk layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia Kc Palangka Raya 2. *E-Thesis IAIN Palangkaraya*.

- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas. *MUHASABATUNA*, 80–96.
- Morison. (2015). *Metode Penelitian Survey*. Prenadamedia.
- Muslichah. (2021). *Strategi Promosi Pemasaran*. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr Hamka. Mitra Wacana Media.
- Ningsih, L. A. (2021). Eksistensi Investasi Emas Sebagai Investasi Ideal Ditinjau Dari Pendekatan Muamalah. *AL-IQTISHAD : Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Nuraeni, Z. S. (2021). Analisis Fluktuasi Harga Emas dan Tingkat Inflasi terhadap Pendapatan Gadai Emas Syariah di Bank Syariah Mandiri . *Indonesian Journal of Economics and Management*, 489–498.
- Oktari, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Talang Rimbo Lama Pada Produk Cicil Emas Di Bsi Kc Curup. *E-Thesis IAIN Curup*.
- Qasthalani, N. A. (2024).). Kata fluktuasi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) memiliki arti suatu gejala yang menunjukkan turun naiknya harga, perubahan harga tersebut karena pengaruh permintaan dan penawaran. Sedangkan menurut para ahli, fluktuasi merujuk pada suatu kondisi. *E-Thesis UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Rangkuti, A. N. (2019). Menentukan Jumlah Sampel Dalam Penelitian. *Repository Uin Padangsimpuan*.
- Rezaldo, A. D. (2025). Perbandingan Produk Emas Digital Dan Cicilan Emas Di Bank Syariah Indonesia. . *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*.
- Sakinah, M. N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Mengajukan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Sendang Kabupaten Jepara). *DINAMIKA Ekonomi Syariah*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

- Tuti Harahap, A. N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah pada Produk Cicil Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah: Studi Kasus BSI KCP. Medan Marelan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- Vanny Natalie M. Pasaribu. (2024). Pengaruh Anxiety Traits Dan The Big Five Personality Traits Terhadap Keputusan Investasi Saham Pada Generasi Z Di Kota Medan. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Manajemen Tri Bisni*.
- Verayani, M. (2020). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Strategi Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Emas Pada Bank Syariah Mandiri Banda Aceh. *UIN AR-Raniry*.
- Wahid, F. N. (2025). Penggunaan Aplikasi Google Form Dalam Penilaian IPS Kelas VII SMP LKMD (Lembaga Ketahanan Masyarakat Desa) Abung Timur. *Repository IAIN Metro*.
- Wahyuni, N. (2016). *Strategi promosi dalam meningkatkan penjualan*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Wildana, Y. Z. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung E-Mas Melalui Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Kc Pekalongan Pemuda). *E-Thesis*.
- Yam, J. H. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif . *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Yuliawan, E. S. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Zalora Indonesia (studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Mahasiswa Program Studi Manajemen Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikro. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 34–49.