

**PENGARUH *PROMOSI*, *KEUNGGULAN PRODUK* DAN *KUALITAS PELAYANAN* TERHADAP *MINAT NASABAH* DALAM MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS DI BANK SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC
PEKALONGAN PEMUDA)**

SKRIPSI

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



Oleh:

ANA MARIANA

NIM: 4221080

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H.ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH *PROMOSI*, *KEUNGGULAN PRODUK* DAN *KUALITAS*
PELAYANAN TERHADAP *MINAT NASABAH* DALAM
MENGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS DI BANK SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC
PEKALONGAN PEMUDA)**

SKRIPSI

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



Oleh:

ANA MARIANA

NIM: 4221080

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H.ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ana Mariana

NIM : 4221080

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi,Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia"(Studi kasus 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. Demilikan pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan,20 April 2026

Yang Menyatakan,



Ana Mariana

NIM. 4221080

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri.Ana Mariana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.wb.

Setelah diadakan penelitian seperlunya, maka bersama ini saya
kirirkan naskah skripsi saudara :

Nama : Ana Mariana

Nim : 4221080

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi,Keunggulan Produk Dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk
Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia"(Studi kasus Bank Syariah
Indonesia KC Pekalongan Pemuda)"**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera di munaqosahkan .

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagai mestinya,

Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr.wb.

Pekalongan, 20 April 2026

Pembimbing



Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si.

NIP.19910109202012206



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, febi.uingusdur@ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : Ana Mariana
NIM : 4221080
Judul : Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda)

Dosen Pembimbing : Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 9 Juli 2026 dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Drajat Stiawan, M.Si

NIP. 19830118015031001

Penguji II

Ulfa Kurniasih, M.Hum

NIP.199310012020122027

Pekalongan, 17 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

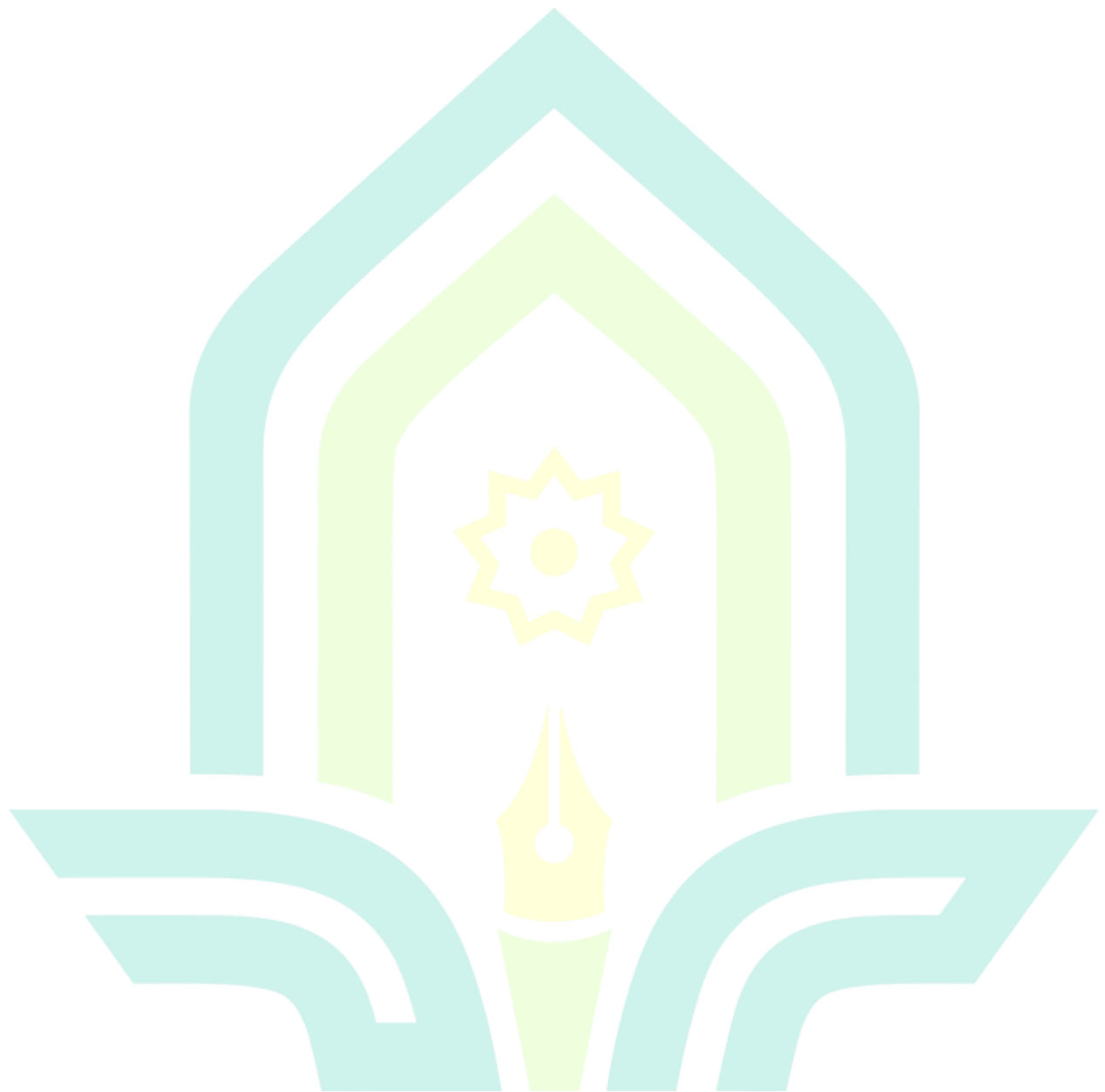


Dr. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.

NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Orang yang menunjukkan kepada kebaikan, maka ia mendapat pahala seperti orang yang melakukannya.”
(HR. Muslim)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud ikhtiar, pembelajaran, serta tanggung jawab akademik yang telah dilalui selama masa studi. Skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa pertolongan-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kesabaran, dan kelapangan dalam setiap proses yang dijalani. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa yang tak pernah terputus, kasih sayang yang tulus, serta dukungan moral dan material yang menjadi sumber semangat utama bagi penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta bimbingan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini. Tak lupa, skripsi ini penulis persembahkan kepada almamater tercinta Universitas KH.Abdurrahman Wahid Pekalongan sebagai tempat penulis menimba ilmu, pengalaman, dan nilai-nilai kehidupan yang menjadi bekal dalam membentuk pribadi yang lebih baik dan siap menghadapi dunia profesional. Berikut beberapa ucapan persembahan dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam penulisan skripsi ini:

1. Cinta pertama dan panutanku, bapak Casmuri. Penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih atas semua pengorbanan dan ketulusan yang sudah diberikan kepada penulis. Beliau sosok terhebat didalam hidup penulis karena berkat beliau penulis dapat merasakan dan menyelesaikan bangku perkuliahan walaupun beliau SD saja tidak tamat tetapi beliau mampu menjadikan anaknya seorang sarjana. Dari keluarga yang sederhana ini bapak mampu membuktikan bahwa cinta, doa, dan kerja keras jauh lebih berharga dari segalanya. Alhamdullilah beliau masih menemani penulis sampai akhir beliau selalu melihat dan mendampingi penulis di setiap langkah penulis. Terimakasih atas segala dukungannya

karena beliau juga salah satu motivasi terbesar penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

2. Pahlawan dan pintu surgaku, Ibu Surati. Penulis mengucapkan beribu-ribu terimakasih kepada beliau, terimakasih atas do" a, nasehat, dan dukungan materi yang sudah ibu berikan kepada penulis. Penulis yakin ibu pasti mempunyai banyak harapan kepada penulis tetapi terimakasih karena ibu tidak menuntut penulis untuk menjadi apa yang ibu harapkan namun penulis juga berharap semoga penulis bisa mewujudkan segala apa yang ibu harapkan. Oleh sebabnya penulis berhasil untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk kakak ku tersayang, Alfina, Fitri yani terima kasih telah menjadi Panutanku sekaligus Donatur kedua setelah bapak penulis selama kuliah sampai dititik akhir penulisan skripsi, Terimakasih atas doa dan segala material yang diberikan kepada penulis, dan buat kakak ku taufik terimakasih sudah mensupport dan doa nya untuk penulis.
4. Untuk tema-temanku Kuliah dari maba sampai sekarang terimakasih sudah mau membersamai penulis, sudah syuport penulis buat mengerjakan tugas akhir, Terimakasih juga buat teman teman KKN, teman satu angkatan yang sudah membersamai penulis dan segala bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Diriku sendiri, Ana Mariana. Terimakasih sudah kuat dan bertahan untuk tidak menyerah atas apa yang sudah terjadi didalam kehidupan ini.
6. Dosen Pembimbing, Ibu Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si yang selalu membantu dan mengarahkan penelitian hingga penulis skripsi ini terselesaikan.
7. Dosen wali, Alvita Tyas Dwi Aryani yang telah menjadi orangtua kedua selama masa perkuliahan
8. Alamamater Tercinta UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

ABSTRAK

ANA MARIANA, Pengaruh Promosi, keunggulan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda).

Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang pesat, lembaga keuangan, termasuk bank syariah, dituntut untuk berinovasi dalam menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu produk yang semakin populer di kalangan masyarakat adalah produk gadai emas. Gadai emas merupakan salah satu produk layanan jenis pembiayaan milik Bank BSI dengan menggunakan jaminan utama berupa emas. Hal ini menjadi cara alternatif dalam mendapatkan uang tunai melalui proses yang cepat dan hanya membutuhkan syarat yang terbilang sangat ringan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan datanya menggunakan metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel 100 responden. teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 29.

Hasil ini menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas layanan dapat menjadi cara yang efektif untuk membuat orang lebih suka bergabung. Meskipun strategi promosi, Keunggulan produk dan Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan, namun ketika digabungkan dengan variabel lainnya, aspek-aspek ini tetap memiliki kontribusi dalam membentuk Minat Nasabah. Hasil koefisien determinasi dalam Model Summary, nilai Adjusted R Square sebesar 0,753 menunjukkan bahwa variabel independen (X1, X2,dan X3) mampu menjelaskan variasi 75,3%.dalam variabel dependen (Y). Di sisi lain, kontribusi predictor terhadap variabel dependen tetap kuat, sebesar 75,3%, setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model, menurut Adjusted R Square sebesar 0,753.

Kata kunci: Promosi, Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan dan Minat Nasabah

ABSTRACT

ANA MARIANA, Pengaruh Promosi, keunggulan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda).

In an era of globalization and rapid economic development, financial institutions, including Islamic banks, are required to innovate in offering products and services tailored to the needs of the community. One product that is increasingly popular is gold pawning. Gold pawning is a financing service offered by Bank BSI, which uses gold as collateral. This offers an alternative way to obtain cash quickly and with relatively simple requirements.

This research is quantitative. The data collection method used a questionnaire with a sample of 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling. This study used multiple linear regression analysis with SPSS 29.

These results indicate that improving service quality can be an effective way to increase customer loyalty. Although promotional strategy, product excellence, and service quality did not have a significant effect on individual customers, when combined with other variables, these aspects still contributed to shaping customer interest. The results of the coefficient of determination in the Model Summary, the Adjusted R Square value of 0.753 indicates that the independent variables (X1, X2, and X3) are able to explain 75.3% of the variation in the dependent variable (Y). On the other hand, the contribution of the predictor to the dependent variable remains strong, at 75.3%, after being adjusted for the number of variables in the model, according to the Adjusted R Square of 0.753.

Keywords: Promotion, Product Excellence, Service Quality and Customer Interes

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah *azza wa jalla*, 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 Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. 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 mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN Gusdur Pekalongan
2. Bapak Dr. A.M. Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Gusdur Pekalongan
3. Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Gusdur Pekalongan
4. Ibu Ulfa Kurniasih, M.Hum selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN Gusdur Pekalongan
5. Ibu Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Ibu Alvita Tyas Dwi Aryani, M.Si Akt selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Segenap dewan pengajar Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta para staf.
8. Segenap Keluarga Besar BSI KC Pekalongan Pemuda yang telah mengizinkan dan turut serta dalam melancarkan proses penelitian skripsi ini.
9. Kedua orang tuaku Ibu dan Bapak, Kakakku, beserta seluruh keluarga yang selalu mendoakan, memberi semangat serta dukungan baik secara finansial maupun mental untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabatku JOMPO SLAY yang selalu kebersamai, memberikan semangat, dukungan, bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2021 yang telah memberikan bantuan, dukungan semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

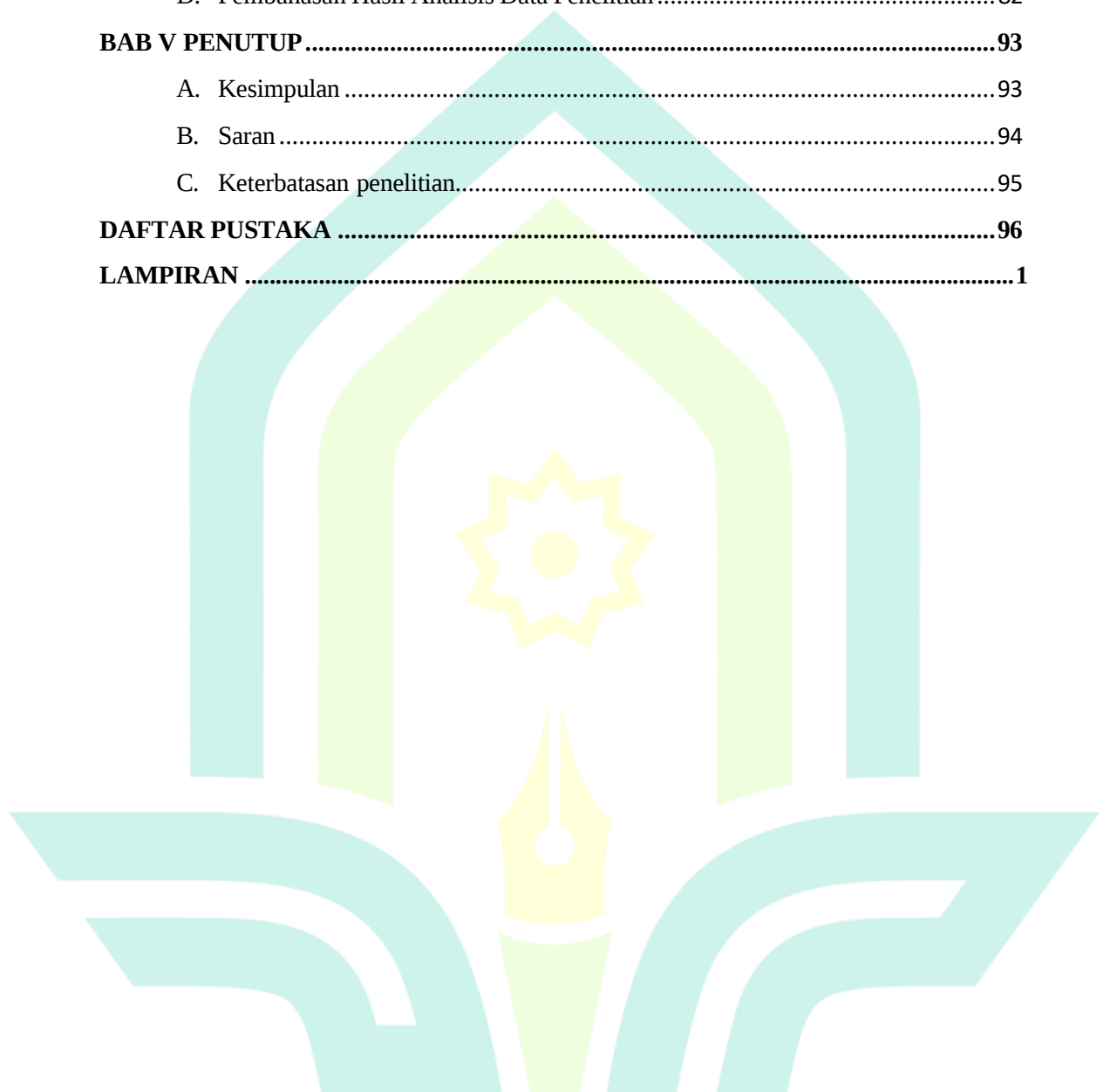
Akhir kata, saya berharap Allah azza wa jalla berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan



DAFTAR ISI

COVER.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Telaah Pustaka	29
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Objek Dan Jenis Penelitian.....	42
B. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	43
C. Data Dan Sumber Data.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Operasionalisasi Variabel.....	47

F. Metode Analisis Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Objek Penelitian	55
B. Deskripsi Data Penelitian	56
C. Analisis Data	72
D. Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian	82
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
C. Keterbatasan penelitian.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	1



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia 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 Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Žal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘‘ain	‘	komaterbalik (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

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i

وَاوْ	Fathah dan wau	Au	a dan u
-------	----------------	----	---------

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

زُكِرَ - zukira

سُئِلَ - su'ila

كَيْفَ - kaifa

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
أَ ... 'ا...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إِ ... ي...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وْ ... و...	Dhammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَامَ - ramā

قِيلَ - qīla

4. Ta‘marbutah

Transliterasi untuk ta‘marbutah ada dua:

- Ta‘marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah “t”.
- Ta‘marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.
- 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 ha(h).

Contoh:

- رَوْضَاتُ طِفْلِ raudah atfāl/ raudatulatfāl
- أَلْـمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةِ al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah
- طَلْحَاح talḥah

5. Syaddah

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

Contoh:

- نَزَّالَةٌ nazzala
- اَلْبِرَّ al-birr
- اَلْحَجَّ al-hajj

6. Kata Sandang

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

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /ال/ 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 dengan bunyinya.

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

Contoh:

- رَجُلٌ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- أَسْـَٔس asy-syamsu
- أَلْجَلُّ al-jalalu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzūna
- سَيَّئٌ syai'un
- إِنَّ inna

8. 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:

- وَانَّ الْفَوْوُخُ يَزَالُ اسْقِيْهُ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqin/ Wainnallāhalahuwakhairrāziqin
- بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ Bismillāhirrahmānirrahīm

9. 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:

- اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ alhamdu lillāhi rabbi al-ālamīn/ alhamdu lillāhi rabbil `ālamī
- الرَّحْمٰنُ الرَّحِيْمُ ar-rahmanir rahīm/ arrahman arrahīm

10. 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.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka.....	29
Tabel 4.1 Skala Likert	47
Tabel 4.2 Variabel Dan Instrumen Penelitian	48
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Variabel Promosi.....	61
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Variabel Keunggulan Produk	64
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Variabel Minat Nasabah	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4.18 Hasil Uji F	78
Tabel 4.19 Hasil Uji T.....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Nasabah Yang Gadai.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Data Mentah.....	VIII
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner	XI
Lampiran 4 Hasil Output Data Responden	XIV
Lampiran 5 Hasil Output Tanggapan Responden	XVI
Lampiran 6 Hasil Output Uji SPSS.....	XVIII
Lampiran 7 Tabel r.....	XXVI
Lampiran 8 Tabel t.....	XXVII
Lampiran 9 Tabel f.....	XXVIII
Lampiran 10 Surat Permohonan Izin Penelitian	XXIX
Lampiran 11 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XXX
Lampiran 12 Dokumentasi.....	XXXI
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup Penulis	XXXII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang pesat, bank syariah seperti lembaga keuangan lainnya harus terus berinovasi agar produk dan layanannya pas dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Produk gadai emas, misalnya, semakin diminati banyak orang. Ini adalah layanan pembiayaan dari Bank Syariah Indonesia (BSI) yang memakai emas sebagai jaminan pokoknya. Layanan ini merupakan instrumen pendanaan alternatif yang menawarkan likuiditas instan melalui prosedur administratif yang ringkas, sehingga memudahkan akses pemenuhan kebutuhan finansial. Prosesnya sendiri harus dimulai dari akad dulu, dengan menggunakan skema akad Qardh untuk tujuan Rahn. (Rianto 2018)

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren positif dan terus mengalami peningkatan signifikan, menjadikannya salah satu pilar penting dalam sistem keuangan nasional. Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai hasil merger tiga bank syariah terbesar pada tahun 2021, kini memegang peran strategis sebagai bank syariah terbesar di Indonesia (OJK, 2023). Dengan aset dan jangkauan yang luas, BSI dituntut untuk terus berinovasi dan mengoptimalkan setiap produknya guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Salah satu produk unggulan yang ditawarkan BSI adalah produk gadai emas syariah, yang merupakan solusi pembiayaan jangka pendek yang sesuai dengan prinsip syariah, menawarkan kemudahan dan kecepatan bagi nasabah yang membutuhkan dana tunai dengan jaminan emas..

Gambar 1.1.

Daftar Nasabah Gadai

Bulan / Tahun	Jumlah Orang
Desember 2024	731 Orang
April 2025	407 Orang
Mei 2025	410 Orang

Sumber Dari : BSI KC Pekalongan Pemuda

Dari Gambar diatas merupakan data nasabah yang sudah tercatat gadai dibank BSI KC Pekalongan Pemuda yang saya ambil hanya Desember 2024 hanya 731 orang April-Mei tercatat 407 dan 410 orang.

Mengingat skala operasional dan aset BSI yang luar biasa signifikan, bank ini dituntut senantiasa berinovasi secara berkelanjutan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang proaktif demi mempertahankan daya saing yang kuat dalam lanskap industri jasa keuangan yang semakin kompetitif. Persaingan ini tidak hanya terbatas pada sesama bank syariah, tetapi juga mencakup bank konvensional dan lembaga non-bank yang telah mendominasi pasar. Dalam konteks persaingan yang intens ini, produk Gadai Emas (Rahn) memegang peranan krusial

Produk ini merupakan salah satu instrumen pembiayaan konsumen yang populer, yang tidak hanya menyediakan likuiditas dana cepat bagi nasabah, tetapi juga bertindak sebagai sumber pendapatan ujah (biaya jasa) yang substansial bagi bank. Namun demikian, persaingan yang ketat dalam segmen gadai emas, yang mayoritas dikuasai oleh pemain non-bank terkemuka, mengharuskan BSI untuk melampaui sekadar menawarkan produk standar. Bank perlu menyajikan Keunggulan Produk (Product Superiority) yang terdiferensiasi secara signifikan, seperti struktur ujah yang efisien, kemudahan proses melalui platform digital yang canggih, atau jaminan keamanan penyimpanan emas yang superior, guna memberikan nilai tambah yang superior kepada nasabah.

Secara teoretis, persepsi nasabah terhadap nilai produk secara langsung memengaruhi minat mereka, dan Keunggulan Produk menurut Kotler & Keller (2021) berfungsi sebagai determinan krusial dalam keputusan pembelian konsumen, karena produk tersebut dipandang lebih superior dibandingkan penawaran pesaing. Meskipun terdapat sejumlah literatur empiris yang menginvestigasi korelasi antara kualitas produk dan minat nasabah dalam konteks perbankan syariah, terdapat beberapa celah metodologis yang substansial. Pertama, temuan penelitian cenderung bervariasi; Utomo & Wijaya (2022) mengidentifikasi dampak positif kualitas produk, sedangkan Pranata (2023) menyimpulkan bahwa pengaruhnya minimal jika dibandingkan dengan faktor harga atau promosi, yang mengindikasikan kebutuhan akan studi lebih lanjut yang secara spesifik menganalisis dimensi-dimensi keunggulan produk.

Kedua, dalam hal lingkup produk, mayoritas penelitian cenderung mengukur kualitas produk secara agregat. Pembahasan mengenai Keunggulan Produk (Product Superiority) yang spesifik pada produk Gadai Emas Syariah BSI, seperti skema ujah yang inovatif atau alur digitalisasi yang terintegrasi, masih minim dalam publikasi jurnal bereputasi dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Ketiga, isu kontekstual, karena penelitian lama dilakukan sebelum atau pasca-merger doang, belum ngecover dinamika struktur dan kebijakan BSI setelah merger yang benar-bener ngaruh ke minat nasabah sekarang.

Dalam konteks kontemporer, aktivitas promosi memegang peranan krusial dalam mengkomunikasikan nilai inherent dan manfaat dari produk gadai emas syariah kepada segmen pasar yang dituju. Implementasi strategi promosi yang efektif berpotensi meningkatkan kesadaran publik, membentuk persepsi positif, dan pada akhirnya memantik ketertarikan calon nasabah, sebagaimana diartikulasikan oleh Wibowo & Hidayat (2020). Lebih lanjut, atribut intrinsik produk itu sendiri, seperti kemudahan prosedur, struktur biaya yang kompetitif, serta ketaatan yang kokoh terhadap prinsip syariah, berfungsi sebagai daya tarik fundamental bagi konsumen. Produk yang dirancang secara cermat dengan proposisi nilai tambah yang superior akan memperoleh penerimaan pasar yang lebih luas, sebagaimana dikemukakan oleh Purnomo & Sari (2022). berkorelasi dengan minat mereka untuk memanfaatkan produk perbankan. (Putri & Sanusi, 2023). Tidak kalah pentingnya, mutu layanan memiliki signifikansi yang inherent; interaksi nasabah dengan institusi perbankan, baik melalui kanal tatap muka maupun digital,

harus menghasilkan pengalaman yang memuaskan. Pelayanan yang responsif, empatik, dan profesional berpotensi menumbuhkan kepercayaan serta loyalitas nasabah, yang secara langsung berkorelasi dengan minat mereka untuk memanfaatkan produk perbankan. (Putri & Sanusi, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Lestari (2021) mengindikasikan bahwa strategi promosi digital memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah secara keseluruhan. Sebaliknya, Fitriani dan Rahardjo (2022) secara eksplisit menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang superior secara substansial meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk pembiayaan syariah. Lebih lanjut, Santoso dan Wibowo (2020) menyoroti bahwa inovasi produk yang dikombinasikan dengan pengembangan keunggulan kompetitif merupakan prasyarat esensial untuk akuisisi nasabah baru dalam industri perbankan syariah.

Keunggulan produk ini secara fundamental membedakannya dari penawaran para pesaing. Aspek-aspek yang relevan mencakup manfaat, nilai, serta keunikan yang ditawarkan oleh entitas bisnis, sebagaimana dipresepsikan oleh nasabah berdasarkan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan, aspirasi, dan faktor-faktor subjektif mereka. Keunggulan produk atau jasa umumnya termanifestasi dalam kualitas layanan, seperti empati, responsivitas, reliabilitas, dan jaminan. Wirda, (2021).

Keunggulan produk seringkali kali kelian nggak ngaruh gara-gara regulasi standar super ketat dari Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI). Seperti yang dibahas Hidayat & Sari (2022) di *Journal of Islamic Economics and Finance*

kelebihan kayak margin atau biaya ijarah yang lebih rendah sering dianggap nasabah nggak beda jauh sama biaya admin di lembaga gadai lain. Akibatnya, muncul persepsi kalau semua produk gadai emas syariah itu sama aja ("homogen"), jadi keunggulan teknis dari bank nggak lagi jadi daya tarik utama buat minat nasabah.

Kualitas pelayanan itu kemampuan buat merencanakan, bikin, dan kasih produk yang bener-bener berguna buat nasabah. Ini kayak jaminan karena produknya udah ready, responsif banget, biaya admin murah, pelayanan on time dengan waktu tunggu minim, pastiin semuanya perfect, sampe bikin nasabah ngerasa seneng dan nyaman hati. Hardana et al., (2022).

Berdasarkan tinjauan literatur yang disajikan oleh Wiwit A. (2022), diperoleh bukti empiris yang mengindikasikan bahwa mutu layanan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan variabilitas kepuasan nasabah dapat diatribusikan pada kualitas layanan, dengan komposisi sisa variabilitas dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal lainnya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan dalam produk gadai emas diproyeksikan akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta The Tower. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Putri (2019) mengenai keputusan nasabah dalam memanfaatkan fasilitas pembiayaan gadai emas syariah menunjukkan bahwa superioritas produk dan mutu layanan secara substansial memengaruhi minat nasabah, sementara efektivitas promosi dalam mempengaruhi minat tersebut relatif lebih terbatas

Ketertarikan memegang peranan krusial dalam menentukan keputusan nasabah. Sebagaimana dikemukakan oleh Slameto, minat merujuk pada preferensi dan keterlibatan terhadap suatu objek atau aktivitas yang timbul secara intrinsik, tanpa adanya paksaan eksternal. Apakah sebuah institusi keuangan mampu menarik minat nasabah atau tidak, sangat dipengaruhi oleh berbagai determinan psikologis yang menyentuh ranah afektif, kognitif, dan perilaku. Namun, faktor psikologis bukanlah satu-satunya determinan; terdapat beragam variabel lain yang turut memengaruhi preferensi masyarakat dalam memanfaatkan jasa lembaga keuangan syariah. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap minat masyarakat dalam mengadopsi layanan perbankan syariah mencakup aspek konsumsi, tingkat pendapatan, variasi produk yang ditawarkan, lokasi geografis cabang, kualitas pelayanan, tingkat kesadaran masyarakat, serta strategi promosi yang dijalankan. (Poli, D. J. 2020)

Berdasarkan temuan riset oleh Lisdiyanti (2021) yang secara spesifik menginvestigasi promosi yang dilaksanakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Palangka Raya, teridentifikasi bahwa faktor harga juga memberikan dampak signifikan terhadap efektivitas promosi dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk gadai emas. Merujuk pada studi empiris yang dipublikasikan oleh Suryani & Zulfikri (2021) dalam publikasi ilmiah Ekonomi dan Bisnis Islam, teridentifikasi sebuah fenomena bahwa frekuensi upaya promosi yang digencarkan oleh institusi keuangan syariah seringkali tidak menunjukkan korelasi positif yang signifikan dengan tingkat ketertarikan calon nasabah.

Hal ini dikarenakan, nasabah yang mengajukan pinjaman berbasis gadai emas umumnya berada dalam kondisi mendesak untuk memperoleh likuiditas finansial secara segera (dana darurat), sehingga preferensi mereka lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan mendesak yang inheren ketimbang oleh materi promosi atau pesan pemasaran yang disajikan melalui media sosial maupun materi cetak.

Dalam konteks penelitian yang dilakukan oleh Poli (2020), ditemukan bahwa meskipun promosi efektif dalam memberikan stimulus positif terhadap minat nasabah, faktor-faktor krusial seperti penetapan harga dan valuasi taksiran aset juga memegang peranan determinan dalam pengambilan keputusan nasabah untuk memanfaatkan layanan gadai emas. Berdasarkan beberapa fenomena dan uraian di atas serta masih terdapat kesenjangan dari hasil penelitian yang telah dilakukan beberapa peneliti. Adapun latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan berkenaan dengan Apakah Promosi, Keunggulan produk dan Kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di bank syariah indonesia aka dari itu Penelitian yang dilakukan berjudul **"Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia" (Studi kasus Bank Syariah Indonesia KC PEKALONGAN PEMUDA)**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara promosi, keunggulan produk, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia Terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.
2. Untuk menganalisis pengaruh keunggulan produk gadai emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia terhadap keputusan nasabah untuk memanfaatkan layanan tersebut.
3. Untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi, keunggulan produk, kualitas pelayanan, secara simultan pada minat nasabah memiliki produk gadai emas Bank Syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai permasalahan yang mungkin mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas Bank Syariah Indonesia khususnya di Kantor Cabang Pekalongan Pemuda.
- b. Sebagai bahan acuan dengan harapan dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan rujukan penelitian selanjutnya khususnya mengenai bagaimana pengaruh promosi, keunggulan produk, kualitas pelayanan, terhadap Minat nasabah memilih produk gadai emas Bank Syariah Indonesia agar dapat diperbaiki dan menjadi lebih baik dari penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dimaksudkan agar keahlian dan pengetahuan penulis dalam melakukan penelitian tentang Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah memilih Gadai Emas Bank Syariah Indonesia dapat dibagikan kepada pustaka.

b. Bagi Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini diharapkan mampu membantu serta memberi informasi pada masyarakat atau nasabah Bank Syariah Indonesia. Serta menjadi bahan acuan Bank Syariah Indonesia dalam upaya meningkatkan Promosi, Keunggulan Produk, dan Kualitas Pelayanan yang ada guna meningkatkan minat nasabah dalam memilih produk Bank Syariah

Indonesia khususnya pada KC Pekalongan Pemuda.

c. Bagi Manager

Diharapkan bisa menjadi dasar dalam pengambilan sebuah keputusan ketika timbul sebuah permasalahan Di bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda mengenai Promosi, Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan yang ada, sehingga permasalahan tersebut dapat dihindari, yang berguna juga untuk mencegah timbulnya citra pustaka.

3. Manfaat Akademis

Harapan dengan adanya penelitian ini dapat memperluas dan meningkatkan pemahaman mahasiswa yang tertarik pada studi gadai emas syariah dalam masalah penelitian yang sedang dipertimbangkan.

E. Sistematika Pembahasan

Secara umum, struktur penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 bab:

BAB I Pendahuluan

Bab ini mencakup tentang latar belakang masalah sebagai landasan pembahasan lebih lanjut, kemudian identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Landasan teori mencakup mengenai teori-teori yang berkenaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bab ini juga menguraikan hasil penelitian- penelitian terdahulu yang berhubungan pada penelitian yang akan dilakukan. Selanjutnya

berisi kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang data dan analisis data yang mencakup deskripsi objek penelitian, hasil penelitian, deskripsi data penelitian, hasil dari pengujian.

BAB V Kesimpulan

Bab ini membahas tentang kesimpulan dari seluruh penelitian dan saran yang diberikan oleh peneliti. Bagian akhir meliputi daftar pustaka, lampiran dan juga memberikan saran untuk penelitian di waktu yang akan datang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Studi kasus BSI KC Pekalongan Pemuda adalah contoh dari bagaimana Promosi, keunggulan produk, kualitas pelayanan terhadap minat nasabah (penelitian kasus ini). Peneliti dapat sampai pada beberapa kesimpulan sebagai berikut berdasarkan hasil analisis yang diuraikan di bab sebelumnya:

1. Promosi (X1) Tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah (Y). Nilai sig. sebesar 0,602 lebih besar dari 0,05, dan nilai t hitung (0,524) lebih kecil dari t tabel (1,985). Ini menunjukkan bahwa variabel Strategi Promosi memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Gadai Emas, karena dapat disebabkan promosi produk gadai emas (rahn) secara langsung kepada masyarakat belum dilakukan secara merata dan menyeluruh sehingga masih ada masyarakat yang belum mengetahui produk gadai emas (rahn) pada Bank BSI KC Pekalongan.
2. Keunggulan Produk (X2) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah (Y). Nilai sig. 0,155 = 0,155 (nilai alfa), dan nilai t hitung (1,433) lebih kecil dari t tabel (1,985).

Ini menunjukkan bahwa variabel keunggulan produk memiliki dampak signifikan terhadap Minat Nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda.

3. Kualitas Pelayanan (X3) berdampak positif dan signifikan pada Minat Nasabah (Y). Nilai sig. sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung (5,972) lebih besar dari nilai t tabel (1,985) . Ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah menggunakan Gadai emas.
4. Secara simultan, variabel Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), Dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda. Model penelitian ini mampu menjelaskan 75,3% variasi dalam Minat tersebut, menunjukkan bahwa faktor-faktor ini secara kolektif berkontribusi besar dalam memengaruhi individu untuk bergabung sebagai nasabah Gadai di BSI.

B. Saran

Saran dari penelitian ini adalah:

1. BSI KC Pekalongan Pemuda diharapkan terus berinovasi dalam menciptakan promosi baru, menjaga kualitas layanan dan kepercayaan, karena komponen tersebut merupakan salah satu indikator penting untuk menarik konsumen dalam melakukan suatu keputusan.
2. Peneliti berikutnya dapat memperluas batas-batas penelitian ini dengan meningkatkan jumlah sampel dan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas penelitian dengan melihat variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini atau menggabungkannya dengan variabel lain.

C. Keterbatasan Peneliti

Berdasarkan dari pengalaman langsung peneliti saat tahapan riset ini, terdapat keterbatasan yang dirasakan supaya bisa ditinjau kembali untuk peneliti setelahnya supaya bisa menjadikan riset yang sempurna, sebab riset ini terdapat kekurangan yang bisa jadi memengaruhi temuannya. Adapun keterbatasannya disini diantaranya:

1. Total sampel yang disajikan hanya 100 responden belum cukup untuk memvisualisasikan kondisi sebenarnya. Padahal nasabah di BSI KC Pekalongan Pemuda sangat banyak, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel sesuai dengan yang dilakukan.
2. Studi ini hanya melihat bagaimana Promosi, Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan berdampak pada Minat Nasabah dalam menggunakan Gadai emas

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyan, F. A. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Untuk Berinvestasi Di Pt. Pegadaian Cabang Kebumen (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Anam, M. K., & Kulsum, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(2), 129-141. Ary Helmina, M. R., Respati, N. W., & Sutomo, I. (2021). Bagaimana Etika Kerja Islam Mempengaruhi Persepsi Auditor Berkaitan Fraud. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 9(2), 109–116. <https://doi.org/10.20527/jwm.v9i2.7>
- Andriani, L. (2023). Strategi Promosi Pembiayaan Gadai Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Jampue (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Awaliah, K. N. (2023). Fraud Triangle Theory: Pendekatan Strategis Dalam Mendeteksi Korupsi Dan Kecurangan Pada Laporan Keuangan Publik. *Karimah Tauhid*, 2(5).
- Amalia, N., & Santoso, R. (2021). Keunggulan Produk dan Promosi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 9(4), 77–89.
- Azhari, D. S., & Usman. (2022). Etika Profesi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 5(1).
- Chasna, A., dkk. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Produk Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Azizi, u. (2015). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi dan resiko terhadap Kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa (Doctoral dissertation, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Fauzi, I. (2021). "Evaluasi Strategi Pemasaran Produk Rahn pada Bank Syariah". Tesis Universitas Islam Negeri.
- Fitri, A. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Investasi Emas di Bank Syariah (Studi Kasus PT. Bsi Kcp Malang Lawang) [Skripsi Sarjana, Nama Fakultas dan Universitas]. Malang.
- Hidayah, A. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syari'ah (Cabang Palu Plaza Kota Palu) (Doctoral dissertation, IAIN Palu).
- Hidayat, N., & Kunaifi, A. (2023). Omplementasi pembiayaan Dalam Meningkatkan Profitabilitas Lembaga Keuangan Syariah. *Revenue: Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Ekonomi Islam*, 6(01), 18-25.

- Hidayat, M. R., & Sari, D. P. (2022). Analisis Preferensi Nasabah terhadap Produk Rahn: 65 66 Studi Kasus Homogenitas Produk. *Journal of Islamic Economics and Finance*
- 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.
- Kasdayanti, I (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi gadai emas terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Bone.
- Khasanah, A. K. (2022). Pengaruh brand image dan digital marketing terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah.
- Lisdayanti, L. (2021). Pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam menggadaikan emas pada produk layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia Kc Palangka Raya 2 (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Lestari, R. (2022). Pengaruh Promosi, Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas di Bank Syariah [Skripsi Sarjana, Nama Fakultas dan Universitas]. Nama Kota.
- Muhid, A. (2019). Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Window. Zifatama Jawara.
- Mustamin, S. W., & Jasri, J. (2022). Analisis Pengaruh Quality service dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1689-1698.
- Nabila, N., & Puspita, P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembiayaan Murabahah Cicilan Emas (Studi Pada Bank XYZ). *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 369-378.
- Ningsih, N. S. (2023). Pengaruh Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan dan Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Tegal Slawi) (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Ovan, & Saputra, A. (2020). CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas, Instrument Penelitian Berbasis Web. . Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Partantini, A. R., & Mutiara, N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kualitas Produk Gadai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Kediri Hayam Wuruk. *Otonomi*, 25(1), 64-73.
- Pranata, S. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Rahn Emas: Studi Kasus Bank Syariah XYZ. *Jurnal 67 Keuangan dan Perbankan Syariah*, 8(2), 205-220. (Estimasi Sinta 4)

- Poli, D. J. (2020). Pengaruh Promosi Gadai Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Manado Kairagi (Doctoral dissertation, IAIN MANADO).
- Putri, R. A. (2019). Pengaruh Nilai Taksiran, Ujrah, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta).
- Putri, M. A., & Zulfikar, M. (2022). Analisis Faktor Keunggulan Produk dan Citra Merek terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Islam*, 10(1), 22–36.
- Rianto, S. (2019). Pengaruh Keunggulan Produk, Mutu Strategi Dan Keunggulan Biaya, Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Tegal). *Solusi*, 16(4).
- Rifkhan P. A. (2023). Pedoman metodologi penelitian data panel dan kuesioner. Penerbit Adab.
- Rohayati, I. (2025). Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Melalui Media Brosur Terhadap Peningkatan Nasabah. *Jurnal Literasi Indonesia*, 2(1), 37-42.
- Ruhaniah, N., Tanjung, H., & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan, dan implementasi syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 60-69.
- Rofiq, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Produk Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Surabaya [Skripsi Sarjana, Nama Fakultas dan Universitas]. Surabaya.
- Sam, M. I., Saputra, H., Syihabuddin, A., Prasetya, A., & MUI, D. S. N. (2014). Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI. Jakarta: Erlangga.
- Sari, N., & Rahmawati, E. (2021). Pengaruh Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 8(2), 145–160. [DOI:10.21580/jesb.v8i2.2021]
- Sari, R. P., & Rahayu, S. (2021). "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Rahn: Studi Kasus pada BMT di Wilayah Pedesaan". *Jurnal Akuntansi Syariah*.
- Sonia, R. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Doctoral dissertation, UIN Ar Raniry Banda Aceh).
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta

Lampiran

- Suryani, A., & Zulfikri. (2021). Analisis Faktor Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Gadai Emas
- Utomo, J. & Wijaya, A. (2022). Peran Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 7(1), 121-135. (Estimasi Sinta 3)
- Wirda, N. O. (2021). Pengaruh Promosi dan Keunggulan produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Gadai Emas (Rahn) pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram Nagan Raya (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Wirda, N. O., Ahmadsyah, I., & Evriyenni. (2022). *Pengaruh Promosi dan Keunggulan Produk terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Gadai Emas (Rahn) pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram Nagan Raya*. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 4(3)
- Wiwit, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Gadai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Jakarta The Tower (Doctoral dissertation, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta).
- Wulandari, R. (2022). Pengaruh Promosi, Tingkat Taksiran dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas BSI KCP Purwokerto [Skripsi Sarjana, Nama Fakultas dan Universitas]. Purwokerto.
- Yusuf, M. , & Daris, L. (2018). Analisis Data Penelitian. IPB Press Printing.