

**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)**



**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Ekonomi Syariah (M.E.)**

TESIS


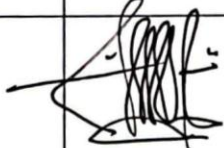
Oleh

**YUNUS ZAKA WILDANA
NIM. 5421020**

**PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : YUNUS ZAKA WILDANA
NIM : 5421010
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Judul : 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)

No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	Dr. H. Tamamudin. S.E., M.M. Pembimbing I		3-7-24
2	Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. Pembimbing II		8-7-24


Pekalongan, 3/07/2024.

Mengetahui:

An. Direktur,

Ketua Program Studi

Magister Ekonomi Syariah



Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I.

NIP. 19850405201903 1 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PASCASARJANA**

Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575
www.pps.uingusdur.ac.id email: pps@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan judul “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)” yang disusun oleh:

Nama : YUNUS ZAKA WILDANA

NIM : 5421020

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

telah dipertahankan dalam Sidang Ujian Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pada tanggal 16 Juli 2024.

Jabatan	Nama	Tanda tangan	Tanggal
Ketua Sidang	Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag NIP. 19710115 199803 1 005		23/07 ²⁴
Sekretaris Sidang	Dr. Ali Muhtarom, M.H.I NIP. 1985040 201903 1 007		25/07 ²⁴
Penguji Utama	Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag NIP. 19750211 199803 2 001		25/07 ²⁴
Penguji Anggota	Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I NIP. 19870311 201908 1 001		25/07 ²⁴

Pekalongan, 16 Juli 2024

Mengetahui:
Direktur,



Prof. Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag
NIP. 19710115 199803 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister), baik di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekalongan, 09 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



YUNUS ZAKA WILDANA
NIM 5421020

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بهنّ = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل: ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شيء ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambing apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan ketulusan hati, sebagai tanda kasih, kupersembahkan tesis ini kepada:

1. Kedua orang tuaku (Bapak Zaenal Arifin dan Ibu Mei Saroh) yang telah membimbing, memberiku kasih sayang dan dukungan semangat, serta doa restunya yang telah mengantarkanku sampai saat ini.
2. Segenap keluarga besarku terimakasih atas dukungan, motivasi dan doanya selama ini.
3. Terimakasih untuk (Pembimbing I) Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M dan (Pembimbing II) Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta kesabaran dalam memberikan arahan, bimbingan dan masukan dalam penyusunan tesis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Keluarga Besar Pengelola Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberi banyak pengalaman dan menunjukkan arti hidup.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu. Semoga ilmu yang diberikan bermanfaat di dunia dan akhirat.
6. Manajemen dan Keluarga Besar BSI KC Pekalongan Pemuda yang telah banyak memberikan kesempatan dan fasilitas dalam banyak hal hingga selesainya studi Magister Ekonomi Syariah.
7. Teman-teman Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Angkatan 4 yang telah bersama-sama berjuang selama ini.
8. Almamaterku Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, semoga menjadi perguruan tinggi yang unggul dan berkualitas
9. Semua Sahabatku yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan studi Magister Ekonomi Syariah.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang Hari Kiamat; dan Dialah Yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.” (Q.S. Luqman: 34)

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Hasyr: 18)

“Simpanlah sebagian daripada hartamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu.” (H.R. Imam Bukhari)

“Akan datang suatu masa pada umat manusia, pada saat itu orang yang tidak memiliki putih (perak) dan kuning (emas), dia akan kesusahan dalam kehidupan.” (H.R. Imam Thabrani)

ABSTRAK

YUNUS ZAKA WILDANA, NIM. 5421020. 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). Tesis Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: (1) Dr. H. Tamamudin, S.E,M.M (2) Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.

Kata Kunci: Fasilitas, Keputusan Nasabah, Kualitas Produk, Menabung, Promosi

Barang-barang perusahaan mencerminkan preferensi nasabah terhadap produk perbankan tertentu serta efektivitas Bank BSI dalam memenuhi permintaan tersebut. Jumlah nasabah BSI Mobile yang dinamis terus berkembang dan merupakan salah satu yang paling merata di antara berbagai item di Bank Syariah Indonesia, selain itu karena ilmuwan perlu menguji seberapa kuat variabel khusus, produk, dan fasilitas yang diarahkan oleh literasi keuangan syariah dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk berinvestasi dalam e-mas. Rumusan masalah penelitian ini adalah: Apakah kualitas produk, promosi dan fasilitas terhadap keputusan nasabah menabung e-mas? Serta apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruhnya?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan nasabah menabung e-mas serta literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode statistik deskriptif. Pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif dan regresi linier berganda menggunakan program SPSS 26.00. Adapun populasi yang dijadikan obyek penelitian adalah seluruh nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda yang telah aktivasi BSI Mobile. Sedangkan sampel yang diambil untuk penelitian ini ditentukan sebanyak 130 pelanggan BSI KC Pekalongan Pemuda yang aktif di BSI Mobile.

Penelitian ini menghasilkan temuan: (1) Kualitas produk dan Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menabung; (2) Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung; (3) Literasi keuangan syariah tidak memoderasi pengaruh ketiga variabel independen terhadap keputusan menabung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan tentang literasi keuangan syariah yang dimiliki nasabah tidak dapat mempengaruhi pengambilan keputusan menabung emas di BSI KC Pekalongan Pemuda.

ABSTRACT

YUNUS ZAKA WILDANA, NIM. 5421020. 2024. Impact of Human Resource Management Practices on Employee Performance with Islamic Work Ethos as Moderation Variable (Studi pada KSPPS BTM Pekalongan). Master's Degree in Sharia Economics, Graduate of UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Advisors: (1) Dr. H. Tamamudin, S.E,M.M (2) Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.

Keywords: Facilities, Customer Reviews, Product Quality, Saving, Promotions

The company's goods reflect customer preferences for specific banking products as well as the effectiveness of BSI Bank in meeting such demands. The Bank of BSI KC Linkalangan Youth can make the most of the facilities it has with the use of this research facility variable. The number of dynamic BSI Mobile customers continues to grow and is one of the most even among the various items in Shariah Bank Indonesia, in addition because scientists need to test how strong specific variables, products, and facilities directed by shariah financial literacy can influence customer decisions to invest in e-mas. And does Shariah's financial literacy moderate its influence?

The study aims to analyze the impact of the quality of products, promotions, and facilities on customer decision saving e-mas as well as financial literacy of Shariah as a moderation variable on the Bank of India KC Pekalongan Youth. This type of research is quantitative with descriptive statistical methods. Data collection through: questionnaires. Data analysis techniques are performed with descriptive statistics and double linear regression using the SPSS 26.00 program. As for the population being the object of the research, the entire BSI KC youth client has activated BSI Mobile. While the sample taken for this study determined as many as 130 BSI youth clients active in BSI mobile.

This research produces findings that (1) Product quality and facilities influence savings decisions; (2) Promotion has no effect on saving decisions; (3) Sharia financial literacy does not moderate the influence of the three independent variables on saving decisions. These results indicate that customers' knowledge of sharia financial literacy cannot influence the decision to save gold at BSI KC Pekalongan Pemuda.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur Alhamdulillah senantiasa kami haturkan kehadiran Allah SWT yang telah dan selalu melimpahkan rahmat, inayah dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat dan Salam yang sempurna senantiasa dan selalu terlimpahcurahkan kepada Junjungan Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya yang suci dan para sahabat setia beliau, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul ***“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)”*** sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Magister Ekonomi Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan..

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I. selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Ibu Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M. Ag selaku Wakil Direktur Pascasarjana yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, dan buah pikirannya dalam tesis ini.
4. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M selaku Pembimbing I dengan dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing, tesis ini.
5. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. selaku Pembimbing II dengan dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing, tesis ini.
6. Keluarga Besar Bank BSI KC Pekalongan Pemuda yang telah memberikan kesempatan serta dukungannya sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar.
7. Segenap Dosen dan Staf Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

8. Saudara dan keluarga khususnya istri tercinta yang selalu mendoakan, dan atas segala kasih sayangnya, beserta anak-anakku yang selalu memberikan semangat.
9. Semua pihak yang telah membantu terwujudnya tesis ini.

Kiranya tiada ungkapan yang paling indah yang dapat penulis haturkan selain iringan doa *Jazakumullahu Khoirol Jaza'*, semoga bantuan dukungan yang telah diberikan mendapat balasan yang lebih baik dan berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari tiada gading yang tak retak, begitupun kiranya Tesis ini masih jauh dari sempurna, sumbang pikir dan koreksi sangat bermanfaat dalam menyempurnakan tesis ini. Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 16 Juli 2024

Penulis,

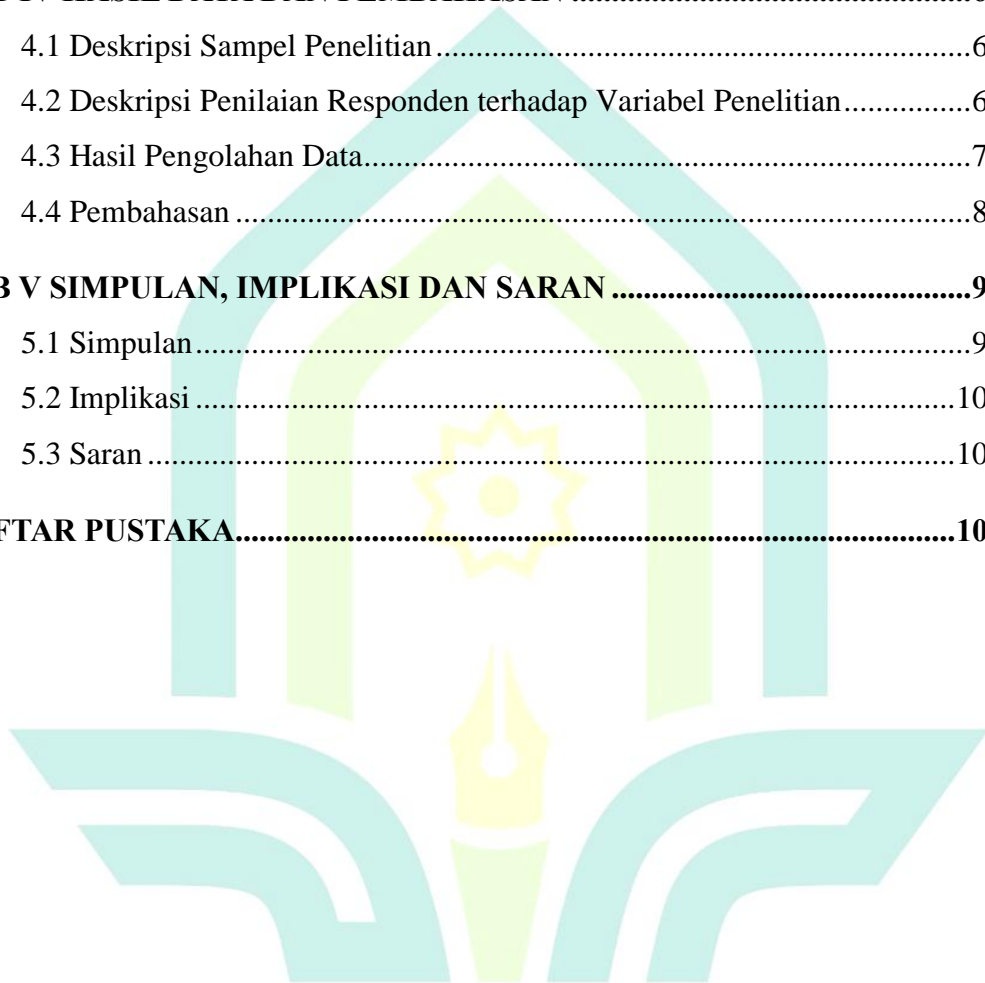


YUNUS ZAKA WILDANA
NIM. 5421020

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
TRANSLITERASI	vi
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR GRAFIK	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Kerangka Teoretik	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.8 Kerangka Berpikir	43
2.9 Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	50

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	50
3.4 Sumber Data Penelitian	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.6 Model Pengukuran.....	53
3.7 Teknik Analisis Data	58
BAB IV HASIL DATA DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Deskripsi Sampel Penelitian.....	65
4.2 Deskripsi Penilaian Responden terhadap Variabel Penelitian.....	67
4.3 Hasil Pengolahan Data.....	74
4.4 Pembahasan	85
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	98
5.1 Simpulan.....	98
5.2 Implikasi	100
5.3 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif BSI <i>Mobile</i> PT. Bank Syariah Indonesia	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	53
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian	55
Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kuesioner	56
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Reabilitas	57
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Tahun Lahir	66
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan.....	66
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	67
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	68
Tabel 4. 6 Penilaian Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	69
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden terhadap Variabel Promosi	70
Tabel 4. 8 Penilaian Responden terhadap Variabel Promosi	70
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden terhadap Variabel Fasilitas	71
Tabel 4. 10 Penilaian Responden terhadap Variabel Fasilitas	71
Tabel 4. 11 Karakteristik Responden terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah .	72
Tabel 4. 12 Penilaian Responden terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah ...	72
Tabel 4. 13 Karakteristik Responden terhadap Variabel Keputusan Menabung	73
Tabel 4. 14 Penilaian Responden terhadap Variabel Keputusan Menabung	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas.....	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reabilitas	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4. 20 Hasil Uji t (model I).....	81
Tabel 4. 21 Uji Pengaruh Moderasi (model II).....	83
Tabel 4. 22 Hasil Nilai Adjusted R Squared	86
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Uji Hipotesis	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
Gambar 2. 2 <i>Theory of Planned Behavior</i> yang dikembangkan	18
Gambar 2. 3 Model Penelitian	44
Gambar 3. 1 Model Penelitian	62



DAFTAR GRAFIK

Gambar 1. 1 Volume Transaksi Emas Digital Indonesia (2019-2023)..... 5



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Sebelum Diolah.....	I
Lampiran 2 Surat Penelitian dari Universitas	XVI
Lampiran 3 Surat Penelitian dari Instansi Penelitian	XVII
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	XVIII
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	XXIII



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan saat ini dalam inovasi dan data telah membuat individu sangat konsumtif dan lalai menempatkan sumber daya sebagai dasar untuk masa depan mereka, terutama usia milenial. Investasi adalah persiapan yang dilakukan oleh seseorang untuk siap menghadapi apapun di masa depan, seperti menabung, mengelola uang untuk suatu usaha, atau ikut serta dalam asuransi yang menguntungkan di masa depan. Selain itu, dengan menempatkan daerah juga turut berperan dalam mendorong peningkatan perekonomian negara, hal ini karena dengan spekulasi, pemerintah dapat mengelola peredaran uang yang diwaspadai. Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), seperti dilansir kontan.co.id Jakarta, telah mengumpulkan cukup informasi terkait pertumbuhan tabungan Indonesia. Melihat data LPS per Mei 2018, tercatat 0,42% penabung menguasai 70,95% keuangan di Indonesia. Jumlah tersebut mencakup total tabungan senilai Rp 3.839 triliun, atau tabungan dari sebanyak 1,08 juta orang kaya atau korporasi yang menempatkan dananya di bank. Rekor ini berdasarkan informasi yang diperoleh kontan.co.id pada Rabu (18/7) dari LPS terkait jumlah penabung dan catatan berdasarkan jumlah rekening dengan nominal berjenjang.

Sebaliknya, hanya 29,05 persen dana cadangan riil Indonesia yang dipegang mayoritas penabung atau 99,57%. Angka ini tak lepas dari 256 juta penabung yang baru-baru ini menguasai aset hanya senilai Rp 1,572 triliun. Yang menarik, jumlah rekening dan nominal tabungan antara Rp. 2 - 5 miliar dan tabungan di atas Rp. 5 miliar pada Mei tahun lalu, yang turun dari April atau *month to month*. Untuk deposit mulai dari Rp. 2 miliar-Rp. 5 miliar, jumlahnya berkurang 0,23%, setara dengan 363 penabung. Nilai sebenarnya juga turun 0,2% atau setara dengan Rp 981 miliar. Sementara itu, jumlah penabung yang mempunyai lebih dari Rp5 miliar berkurang 0,71 persen atau 646. Sementara itu, nilai wakaf berkurang 1,18% atau setara dengan Rp. 30,5 triliun. Diakui Presiden Joko Widodo, tingkat kepedulian masyarakat terhadap tabungan masih sangat rendah. Padahal, dana investasi merupakan salah satu instrumen yang penting dalam pembangunan Indonesia. "Bagaimana mengubah 250 juta orang menjadi anggota masyarakat yang produktif adalah kendala kita bersama. karena tingkat investasi dan tingkat tabungan masyarakat dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi suatu negara." ujarnya di Jakarta Convention Center (JCC), Jakarta, Senin (31/10) (Putri, 2021).

Bagi generasi milenial, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyoroti nilai edukasi keuangan, khususnya perusahaan. Lulusan perguruan tinggi baru-baru ini juga umumnya rentan secara finansial. Nilai kebutuhan kompetensi keuangan tumbuh menjadi 38 persen berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) OJK tahun 2019, sedangkan yang masuk pertimbangan

naik menjadi 76,19 persen. Pendidikan Keuangan adalah rangkaian siklus atau latihan untuk memperluas informasi, keyakinan dan kemampuan pembeli dan populasi keseluruhan dengan tujuan agar mereka dapat mengelola dana mereka dengan baik. Pendidikan keuangan adalah tentang keseluruhan proses tentang bagaimana orang dapat menangani dana mereka dengan memanfaatkan wawasan mereka tentang keuangan itu sendiri. Pendidikan keuangan memainkan peran penting dalam mengelola dana seseorang dan menentukan pilihan investasi individu masyarakat.

Perilaku keuangan dan keputusan investasi yang baik akan dihasilkan dari tingkat literasi keuangan yang tinggi. Investasi adalah tanggung jawab berbagai aset atau aset berbeda yang dibuat saat ini untuk mendapatkan kompensasi di kemudian hari. Keputusan investasi adalah kebijakan yang dibuat dengan maksud untuk menghasilkan keuntungan di masa depan dari berbagai pilihan investasi. Investasi menjaga seseorang dari berbagai potensi bahaya yang akan terjadi mulai saat ini, dengan pengelolaan uang yang efektif, kita dapat membuat persiapan keuangan yang lebih matang di kemudian hari. Salah satu perilaku keuangan yang positif adalah berinvestasi. Dengan berinvestasi, kita dapat mengembangkan rencana keuangan yang lebih canggih di masa depan dan melindungi diri dari berbagai potensi ancaman. Salah satu pola perilaku keuangan yang bijak adalah investasi (Republika, 2020).

Investasi merupakan salah satu ajaran dari konsep Islam yang memenuhi proses tadrij (gradasi) dan trichotomy pengetahuan (pengetahuan

instrumen, pengetahuan intelektual dan pengetahuan spiritual) (Huda & Nasution, 2007). Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa konsep investasi selain sebagai pengetahuan juga bernuansa spiritual karena menggunakan norma syariah, sekaligus merupakan hakikat dari sebuah ilmu dan amal, oleh karenanya investasi sangat dianjurkan bagi setiap muslim. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qur'an surat al-Hasyr ayat 18 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍّ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ

بِمَا تَعْمَلُونَ ۱۸

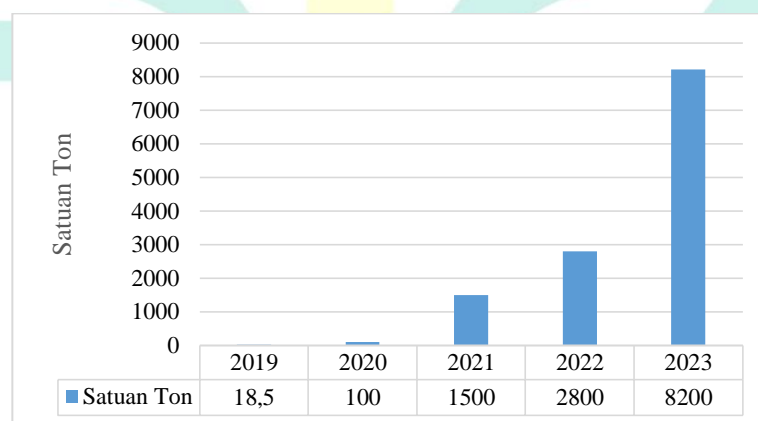
“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Dalam tafsir Al-Mishbah mentafsirkan surat Al-Hasyr ayat 18 kata muqaddimu/dikedepankan digunakan dalam arti amal-amal yang dilakukan untuk meraih manfaat di masa datang. Perintah memperhatikan apa yang telah diperbuat untuk hari esok, dipahami oleh Thabathaba'i sebagai perintah untuk melakukan evaluasi terhadap amal-amal yang telah dilakukan la dituntut untuk memperhatikannya kembali agar menyempurnakannya bila telah baik, atau memperbaikinya bila masih ada kekurangannya, sehingga jika tiba saatnya diperiksa, tidak ada lagi kekurangan dan barang tersebut tampil sempurna. Setiap mukmin dituntut melakukan hal itu. Kalau baik dia dapat mengharap ganjaran, dan kalau amalnya buruk dia hendaknya segera

bertaubat (Shihab, 2012). Saat ini, ada banyak lembaga keuangan, khususnya lembaga keuangan Islam, yang menghadirkan produk-produk dalam lingkup investasi, terutama dalam hal ini, investasi emas.

Perkembangan investasi emas digital di Indonesia didukung oleh regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Kementerian Perdagangan melalui Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) menerbitkan peraturan untuk menjamin kepastian hukum dan kepastian berusaha perdagangan fisik emas digital di bursa Indonesia. Aturan tersebut tertuang dalam Peraturan Bappebti Nomor 4 Tahun 2019 tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Emas Digital Di Bursa Berjangka. Pengaturan perdagangan emas digital ini bertujuan untuk mencegah penggunaan perdagangan fisik emas digital untuk tujuan ilegal, seperti pencucian uang dan pendanaan terorisme. Selain itu, untuk menciptakan sarana berinvestasi yang mudah, aman, dan terjangkau bagi masyarakat (Bappebti, 2019).

Grafik 1.1 Volume Transaksi Emas Digital Indonesia (2019-2023)



Sumber: Bappebti (2023)

Pada tahun 2019, pasar emas digital di Indonesia hanya mencatatkan volume transaksi sebesar 185 ton. Namun, dalam satu tahun saja, terjadi lonjakan yang luar biasa. Pada tahun 2020, volume transaksi emas digital melonjak drastis hingga mencapai 100 ton, menandakan minat masyarakat terhadap investasi ini semakin berkembang pesat. Tren positif ini tak berhenti di situ. Pada tahun 2021, angka tersebut melonjak lebih tinggi lagi, mencapai 1500 ton, menunjukkan bahwa emas digital menjadi salah satu pilihan investasi yang sangat diminati di tanah air. Tidak hanya itu, tahun 2022 menjadi tahun yang luar biasa bagi industri emas digital Indonesia. Volume transaksi yang tercatat mencapai 2.800 ton, Angka ini tidak hanya mencerminkan minat tinggi masyarakat, tetapi juga kepercayaan mereka terhadap keamanan dan potensi keuntungan yang ditawarkan oleh emas digital. Tahun 2023, volume transaksi emas digital mencapai 8200 ton, angka ini menunjukkan bahwa volume transaksi emas digital berpotensi masih terus meningkat di Indonesia (Bappebti, 2023).

PT. Bank Syariah Indonesia adalah salah satu lembaga keuangan yang mempunyai produk tabungan E-mas. Bank Syariah Indonesia melalui layanan BSI mobile, meluncurkan fitur terbaru yaitu e-mas, merupakan menu layanan kepemilikan emas untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi sesama nasabah BSI secara digital. Fitur ini adalah terobosan terbaru untuk memudahkan masyarakat dalam berinvestasi (Rusydi et al., 2023). Tabungan E-mas di PT. Bank Syariah Indonesia adalah administrasi kepemilikan emas melalui BSI Serbaguna dengan pembelian emas mulai dari 0,1 gram, dikutip

dari situs otoritas Bank BSI, dengan dana investasi E-mas BSI, Anda dapat membeli, menjual, memindahkan, dan benar-benar menarik emas secara efektif dan aman tanpa perlu datang ke kantor cabang. Tujuan dari tabungan E-mas ini adalah untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin menabung emas untuk melakukannya. Aman, biaya administrasi dan pengelolaannya rendah, serta dikelola secara profesional dan terbuka.

Bank syariah memiliki peluang yang cukup besar dari segi pasar sasaran. Akan tetapi, potensi pasar tersebut belum merespon secara maksimal, sehingga yang terjadi adalah pangsa pasar bank syariah secara nasional belum seberapa apabila dibandingkan dengan pangsa pasar bank konvensional. Sebagian besar masyarakat yang notabene muslim, masih loyal dengan produk dan jasa layanan perbankan yang disediakan oleh bank konvensional. Maka, diperlukan strategi yang efektif untuk mengambil alih pasar atau memenangkan persaingan tersebut (Pratiwi, 2023). Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan jumlah user aktif BSI Mobile di PT. Bank Syariah Indonesia yang terlihat berdasarkan keterbukaan informasi dari website BSI yang terus mengalami peningkatan hingga bulan Juni tahun 2023.

Tabel 1.1 Jumlah pelanggan aktif BSI *Mobile* PT. Bank Syariah Indonesia

	Juni 2022	Desember 2022	Juni 2023
User Aktif BSI Mobile	4.070.000	4.810.000	5.390.000

Sumber: Dokumen PT. Bank Syariah Indonesia, 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada bulan Desember 2022 terjadi peningkatan jumlah nasabah aktif sebesar 740 user, pada bulan Juni 2023

terjadi peningkatan jumlah nasabah aktif sebesar 580 user. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah nasabah merupakan bukti bahwa banyak masyarakat tertarik untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile yang konon juga siap membangun dana cadangan E-mas di PT. Bank Syariah Indonesia. Hal ini juga tidak lepas dari keberhasilan pemasar dalam memasarkan produk dana tabungan emas kepada masyarakat.

Promosi adalah gerakan yang menyampaikan kelaziman suatu barang dan meyakinkan nasabah sasaran untuk mendapatkannya (Kotler & Armstrong, 2020). Semakin banyak pelanggan secara otomatis akan terinformasikan tentang produk e-mas ini ketika dilakukan promosi besar-besaran. Mengingat item ini merupakan salah satu perkembangan baru dalam perbankan syariah. Nasabah yang baru-baru ini belum memperoleh data tentang item ini dan jelas membutuhkan dana cadangan jangka panjang pilihan akan tertarik untuk memilih e-mas sebagai dana cadangan spekulasi pilihan. Seperti penelitian diarahkan oleh Rohmaniah (2019) beralasan bahwa faktor kualitas produk agak tegas mempengaruhi pilihan nasabah dalam memilih bank syariah. Dikuatkan oleh penelitian Munir (2024), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk transaksi mempengaruhi pilihan nasabah untuk menabung di bank syariah.

Ide produk seperti yang ditunjukkan oleh (Kotler dan Armstrong, 2020) menyatakan bahwa pembeli menyukai produk yang menawarkan kualitas terbaik, eksekusi atau fitur imajinatif. Di perbankan syariah, produk e-mas ini baru dan inovatif. Sebelumnya, nasabah hanya percaya bahwa di

perbankan syariah, dana simpanan saja memiliki dana cadangan pilihan, terutama mengingat harga emas, yang dalam jangka panjang umumnya naik sama sekali, akan membantu nasabah. sehingga cadangan dana cadangan mereka tidak larut oleh ekspansi. Sebagaimana penelitian Rahmawati (2019) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh penting antara kualitas barang, produk dan administrasi terhadap pilihan menabung. Penelitian Prasetyo (2020) mendukung kesimpulan penelitian ini. Bahwa variabel dependen keputusan nasabah untuk menabung berpengaruh signifikan terhadap variabel independen produk.

Fasilitas *mobile banking* suatu fasilitas perbankan yang berfungsi untuk dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam beraktifitas khususnya transaksi perbankan dengan tidak hadir langsung (*on the spot*) selain pengambilan uang tunai. Keunggulan yang dimiliki *Mobile banking* yakni nasabah bisa melakukan aktifitas transaksi dimanapun dan kapanpun (Amatun & Vanni, 2020). Dengan adanya aplikasi BSI mobile, nasabah tidak perlu datang ke kantor cabang untuk menyimpan emas, hal ini akan sangat membantu nasabah dalam melakukan penukaran, mulai dari benar-benar melihat emas menyesuaikan, membeli, menjual, dan lainnya. Sehingga nasabah dapat melakukannya masing-masing melalui aplikasi BSI mobile. Sebagaimana penelitian yang Prasetyo (2020) menyimpulkan bahwa variabel fasilitas mempengaruhi pilihan nasabah untuk menabung di bank syariah. Dikuatkan oleh penelitian Saputra (2022), hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempengaruhi pilihan nasabah untuk menabung di bank syariah.

Tugas literasi keuangan syariah di sini dalam mengarahkan pilihan nasabah berarti bahwa ketika produk, barang dan jabatan sudah terpenuhi namun tidak ada pemahaman tentang literasi keuangan islam, nasabah umumnya akan mengabaikan hal ini. Dengan pemahaman literasi keuangan syariah, diharapkan nasabah akan tergugah dan memilih untuk membuka dana cadangan E-mas agar dana cadangan yang ditarik keluar tidak tercerai berai oleh ekspansi. Sebagaimana kajian Nasution & Suprayitno, (2022) beralasan bahwa kemampuan keuangan dapat mengarahkan penggunaan e-banking dan asuransi nasabah terhadap kepercayaan nasabah. Didukung oleh penelitian Risnawati & Syaparuddin (2021), penelitian ini menunjukkan bahwa faktor bebas literasi keuangan syariah mempengaruhi pilihan nasabah untuk menabung di bank syariah.

Penekanan studi pada variabel promosi, produk, dan fasilitas Bank BSI KC Pekalongan Pemuda dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang elemen yang sangat penting untuk kinerja cabang. Variabel promosi memberikan *insight* tentang strategi pemasaran yang Bank BSI lakukan guna menarik minat calon nasabah dan mempertahankan kepercayaan nasabah lama. Produk yang ditawarkan oleh Bank BSI dapat memberikan informasi tentang preferensi nasabah untuk jenis produk perbankan tertentu serta efisiensi dengan mana Bank BSI mampu memenuhi tuntutan nasabah.

Keberadaan variabel fasilitas dalam penelitian ini dapat membantu Bank BSI KC Pekalongan Pemuda dalam mengoptimalkan fasilitas yang ada tersebut.

Hal ini menarik peneliti untuk mengarahkan penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia, dalam hal ini Kantor Cabang Pemuda BSI Pekalongan, menjadi sasaran kajian ini, selain karena jumlah nasabah BSI Mobile yang aktif terus berkembang dan merupakan salah satu yang paling merata di antara berbagai produk lainnya di Bank Syariah Indonesia, Selain itu karena peneliti perlu menguji seberapa kuat variabel kualitas produk, promosi dan fasilitas yang diarahkan oleh literasi keuangan syariah dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk berinvestasi dalam E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pemuda Pekalongan.

Berdasarkan masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“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)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi dan penelitian tersebut di atas, permasalahan berikut perlu dipecahkan dalam penelitian ini:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda?

2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda?
4. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda?
5. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi hubungan antara promosi terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda?
6. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi hubungan antara fasilitas terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan di atas, berikut ini yang ingin ditentukan dalam penelitian ini:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda.

3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui peran moderasi literasi keuangan syariah pada hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui peran moderasi literasi keuangan syariah pada hubungan antara promosi terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda.
6. Untuk menganalisis dan mengetahui peran moderasi literasi keuangan syariah pada hubungan antara fasilitas terhadap keputusan nasabah menabung E-mas di Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diarahkan untuk memberikan manfaat dan kegunaan, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran untuk mengembangkan literasi tentang perilaku nasabah pengguna layanan digital dibidang usaha emas di bank syariah. Literasi ini dapat

dijadikan sebagai dasar konsep penelitian ataupun digunakan dasar pengambilan kebijakan oleh praktisi di perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah informasi di bidang usaha emas dan mempersiapkan penulis untuk mengaplikasikan informasi yang diperoleh selama belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

b. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran bagi Bank Syariah Indonesia Cabang Pemuda Pekalongan dalam memberikan informasi untuk memutuskan produk dan memberikan solusi kepada nasabah.

c. Bagi Akademisi

Dampak dari penelitian ini seharusnya menjadi data tambahan bagi pendukung keuangan yang diharapkan dalam menempatkan sumber daya menjadi emas dan sebagai bahan referensi tambahan untuk Penelitian tambahan.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi dan fasilitas terhadap keputusan nasabah menabung e-mas melalui literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi pada Bank BSI KC Pekalongan Pemuda. Berdasarkan data yang dikumpulkan terhadap 130 sampel responden, diolah dengan SPSS versi 26.00 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

5.1.1 Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan menabung (Y) e-mas namun variabel Literasi Keuangan Syariah (Z) tidak memoderasinya dengan objek penelitian pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini sesuai dengan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai koefisien beta unstandardized positif sebesar 0.254 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, maka **H1 diterima.**

5.1.2 Promosi (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan menabung (Y) e-mas namun variabel Literasi Keuangan Syariah (Z) tidak memoderasinya dengan objek penelitian pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini sesuai dengan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai koefisien beta unstandardized positif sebesar 0.004 dengan

tingkat signifikansi sebesar 0.633 yang lebih besar dari 0.05, maka **H2 ditolak**.

5.1.3 Fasilitas (X3) berpengaruh terhadap Keputusan menabung (Y) e-mas namun variabel Literasi Keuangan Syariah (Z) tidak memoderasinya dengan objek penelitian pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini sesuai dengan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai koefisien beta unstandardized positif sebesar 0.235 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.003 yang lebih kecil dari 0.05, maka **H3 diterima**.

5.1.4 Kualitas Produk (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan nasabah (Y) menabung e-mas namun variabel Literasi Keuangan Syariah (M) tidak memoderasinya dengan objek penelitian pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini sesuai dengan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai koefisien beta unstandardized sebesar -0.034 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.347 yang lebih besar dari 0.05, maka **H4 ditolak**.

5.1.5 Promosi (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan nasabah (Y) menabung e-mas namun variabel Literasi Keuangan Syariah (M) tidak memoderasinya dengan objek penelitian pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini sesuai dengan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai koefisien beta unstandardized sebesar 0.049 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.243 yang lebih besar dari 0.05, maka **H5 ditolak**.

5.1.6 Fasilitas (X3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan nasabah (Y) menabung e-mas namun variabel Literasi Keuangan Syariah (M) tidak memoderasinya dengan objek penelitian pada Bank Syariah Indonesia KC Pekalongan Pemuda. Hal ini sesuai dengan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa nilai koefisien beta unstandardized sebesar 0.048 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.315 yang lebih besar dari 0.05, maka **H6 ditolak**.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dipaparkan, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi atau penilaian untuk Bank BSI KC Pekalongan Pemuda dalam rangka meningkatkan keputusan nasabah dalam menabung e-mas. Implikasi dan usulan yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut:

5.2.1 Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan literasi keuangan syariah memoderasi pengaruhnya. Dalam hal ini BSI KC Pekalongan Pemuda harus menjaga dan mempertahankan, serta meningkatkan pengamalan atau penerapan manajemen produk dan strategi promosi di lingkungan perusahaan, karena tingginya keputusan nasabah dalam menabung e-mas dapat memberikan dedikasi dan kontribusi yang baik pula kepada perusahaan.

5.2.2 Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan literasi keuangan syariah memoderasi pengaruhnya. Dalam hal ini Bank BSI KC Pekalongan Pemuda harus mengevaluasi *m-banking* sebagai fasilitas yang dapat memberikan informasi lebih lengkap agar nasabah yang akan menabung e-mas memilih Bank BSI KC Pekalongan Pemuda sebagai bank yang tepat sehingga dapat memberikan kontribusi yang tinggi kepada perusahaan.

5.2.3 Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi instansi Bank BSI KC Pekalongan Pemuda dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab terhadap pekerjaan, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, meningkatkan manajemen produk, strategi promosi, dan mengevaluasi *m-banking* agar meningkatkan keputusan nasabah dalam menabung e-mas dan kualitas perusahaan.

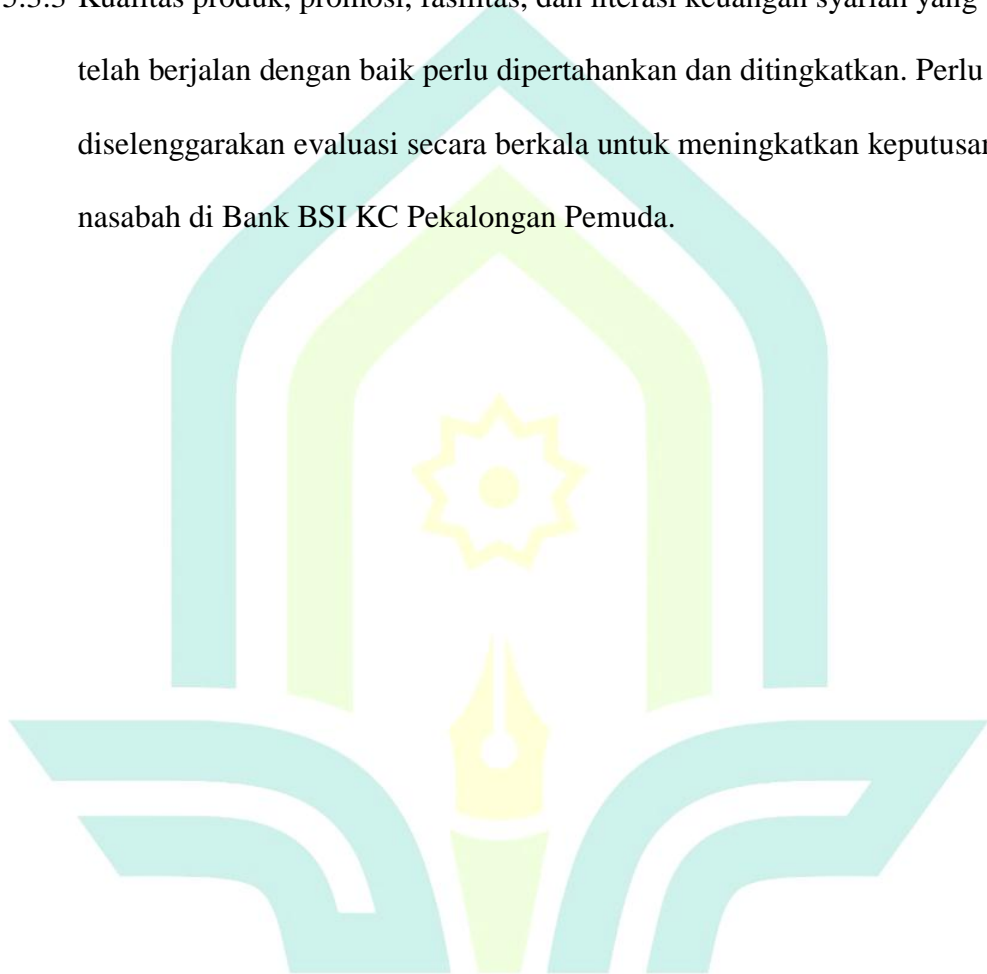
5.3 Saran

Dengan memperhatikan Simpulan dan Implikasi, peneliti menyarankan hal-hal sebagai berikut:

5.3.1 Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lain diluar Kualitas produk, promosi, fasilitas, dan literasi keuangan syariah yang terkait dengan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, sehingga mendapatkan hasil yang sesuai dengan isu yang ada. Misalnya variabel jaminan sosial, lokasi, *word of mouth*, dan lain sebagainya.

5.3.2 Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian jangka panjang agar penelitian terhadap keputusan nasabah yang dilakukan tidak hanya menggunakan kuesioner yang diberikan tetapi juga sesuai dengan data valid mengenai statistik keputusan nasabah di Bank BSI KC Pekalongan Pemuda.

5.3.3 Kualitas produk, promosi, fasilitas, dan literasi keuangan syariah yang telah berjalan dengan baik perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Perlu diselenggarakan evaluasi secara berkala untuk meningkatkan keputusan nasabah di Bank BSI KC Pekalongan Pemuda.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. D. F. T. (2015). Manajemen Pemasaran. Cet. Ii. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Ajzen, I. (1991). *Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50, 179–211.
- Amatun, N., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang). *Eduka : Jurnal Pendidikan Hukum Dan Bisnis*, 5(1), 37–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/eduka.v5i1.6362>
- Arfarizan, & Hasan, A. (2023). The Effect of Brand Digitalization of E-mas Transactions: E-mas Features on the Mobile BSI Maqashid Syariah Framework. *Devotion: Journal of Research and Community Service*, 4(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.22373/devotion.v4i4.1844>
- Azjen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Azjen, I., & Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior* (In Albarra).
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) The Influence of Service Feature and Ease of Use on Interest of Using Mobile Banking (Study on the Village Community . *Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.

- Bakri, A. M., Ramadhani, N., & Ariska, A. (2020). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Universitas Fajar terhadap Produk E-Money. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (MANOR)*, 2(2). <https://doi.org/10.47354/mjo.v2i2.249>
- Bappebti. (2019). *Peraturan Bappebti Nomor 4 Tahun 2019 tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Emas Digital di Bursa Berjangka*. Jakarta: Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi.
- Bappebti. (2023). *Laporan Perkembangan Pasar Fisik Emas Digital di Indonesia*. Jakarta: Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. <https://www.bappebti.go.id/>
- Budiarto, A., & Susanti. (2017). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Regret Aversion Bias, dan Risk Tolerance terhadap Keputusan Investasi (Studi pada investor PT. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya) Angga Budiarto. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 1–9.
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1). <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., M. S. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hakim, M. A. R. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Islam Kota Malang). *Jurnal Ilmiah*, 8, 1–12.
- Ir.agustina Shinta, M. P. (2011). Manajemen Pemasaran. In *Management Pemasaran*.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2020). Principles of Marketing, Global Edtion. *Principles of Marketing, Global Edtion*.
- Kulsum, U., Aulia, F. U., & Robbaniyah, V. I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, 4(1), 47–55.

- Kurniawati, K. (2023). Minat Investasi Nasabah Pada Fitur Tabungan E-Mas Digital Bsi Mobile Di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Widya Balina*, 8(2), 981–991.
<https://www.journal.staidenpasar.ac.id/index.php/wb/article/view/412%0Ahttps://www.journal.staidenpasar.ac.id/index.php/wb/article/download/412/346>
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. PT. Salemba Empan Patria.
- Mardatillah, Awaluddin, M., & Amiruddin. (2024). Peranan Literasi Keuangan Syariah dalam Memoderasi Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Social Media terhadap Impulsive Buying. *Adz Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 130–140.
- Munir, A. M. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Religiusitas dan Promosi terhadap Keputusan Menabung dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Probolinggo)*. Pascasarjana UIN Khas Jember.
- Nashoha, I. F. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Indonesia KPC Kutai Timur. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(7), 212–222.
- Nasution, A. M., & Suprayitno, E. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1205–1213. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4595>
- Nine Septa Maharani. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1, 57–78.
- Notoadmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nur Aswawi dan Masyhuri. (2009). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. UIN Malang Press.
- Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution. (2007). *Investasi pada Pasar Modal Syariah*. Kencana.
- Permana, D. A., & Amrizal. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Jayapura Abepura Provinsi Papua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 106–114.

- Prasetyo, A. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga)*. IAIN Salatiga.
- Pratama, N. A. (2024). *Pengaruh Promosi dan Lingkungan terhadap Keputusan Menabung pada Mahasiswa UIN Malang yang Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia dengan Minat Menabung sebagai Variabel Moderasi*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Pratiwi, I. A. (2023). *Analisis Kendala Pemasaran Produk Investasi E-Mas BSI Mobile pada Generasi Milenial (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Teluk Betung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Putri, L. P. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderating*. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1).
- Rahmawati, A. (2019). *Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating*. IAIN Salatiga.
- Rahmawati, R., & Idola, N. A. (2018). *Pengaruh Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Fasilitas Mobile Banking dalam Standar Pelayanan di PT. Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru*. *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 15(2), 31–41. [https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2018.vol15\(2\).2375](https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2018.vol15(2).2375)
- Rejeki, F., Herawati, A., & Listyawati, L. (2024). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Xpresi di BCA Kantor Cabang Utama Daramo Surabaya*. *SAB: Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Republika. (2020). *OJK: Literasi Keuangan Milenial Masih Rendah*. Republika.
- Risnawati, R., & Syaparuddin. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Milenial di Kabupaten Bone)*. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 13(1), 1–19. www.ojk.go.id
- Rohmaniah, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)*. IAIN Salatiga.

- Rosidah, E. E. A., & Sari, K. A. F. (2024). Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online, Pengetahuan Prinsip Syariah dan Promosi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah BSI Se-Malang Raya). *Warta Ekonomi*, 7(1), 10–20.
- Rusydi, I., Himmawan, D., & Iswana, D. (2023). Mekanisme E-Emas Pada Bsi Mobile Sebagai Media Investasi Modern (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Kcp Jatibarang). *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 2(1), 44–50. <https://doi.org/10.31943/jsef.v2i1.16>
- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menabung dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8(1), 8–20. <https://doi.org/10.58553/jalhu.v8i1.116>
- Sawlani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan, dan Kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Sayidah, N. (2018). Metodologi Penelitian Disertai dengan Contoh Penerapannya. In *Zifata* (Issue September).
- Shar, A., & Fitri, M. (2024). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 70–79.
- Shihab, M. Q. (2012). *Tafsir AL-Mishbah*. Lentera Hati.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press.
- Tjiptono, F. (2011). Manajemen dan strategi merek. In *Penerbit Andi Offset, Yogyakarta*.
- Wikamorys, D. A., & Rochmach, T. N. (2017). Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Pasien untuk Melakukan Operasi Katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 32–40. <http://www.albayan.ae>
- Yulita, Y. (2021). *Faktor Penggunaan Layanan Digital BSI KCP Ipuh*. IAIN Bengkulu.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yunus Zaka Wildana
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 26 Februari 1995
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
No. Telepon/WA : 085878202045
Alamat : Jl. Kramatsari 2 Gg.7 No.65, Kec. Pekalongan Barat,
Kota Pekalongan.
Email : yunuszaka@gmail.com

Pendidikan

S1 : Institut Agama Islam Negeri Pekalongan
SMA : SMK Negeri 2 Pekalongan
SMP : SMP Negeri 8 Pekalongan
SD : SD Islam Kramatsari

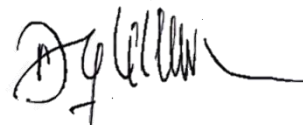
Organisasi

- Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Walisongo
- Ikatan Remaja Masjid Al-Huda Kramatsari

Karya Ilmiah

- Pembukaan Rekening Online Menggunakan Aplikasi BSI Mobile : Upaya Mempermudah Aksesibilitas Nasabah Bank BSI Pekalongan.
- Pelatihan Kiat Sukses Memasuki Dunia Kerja Bagi Generasi Milenial Di Karang Taruna Keluaran Pasir Kraton Kramat Kota Pekalongan.
- Edukasi Keuangan Syariah dan Pinjaman Online Bagi Para Pemuda Karangtaruna Keluarahan Pasirkratonkramat Kota Pekalongan.

Pekalongan, 09 Juli 2024



Yunus Zaka Wildana
NIM. 5421020