

**PENGARUH PROMOSI DAN PERUBAHAN HARGA EMAS  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PADA PRODUK  
TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH  
CABANG LUWU**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**RESKI WIDYASARI**

17 0402 0135

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

**PENGARUH PROMOSI DAN PERUBAHAN HARGA EMAS  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PADA PRODUK  
TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH  
CABANG LUWU**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

**RESKI WIDYASARI**

17 0402 0135

**IAIN PALOPO**

**Pembimbing:**

**Akbar Sabani, S.E.I., M.E**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Reski Widyasari  
NIM : 17 0402 0135  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri bukan hasil plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh akan dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 22 Februari 2022

Yang membuat pernyataan



Reski Widyasari

NIM 1704020135

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu yang ditulis oleh Reski Widyasari Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0135, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 26 April 2022 Miladiyah bertepatan dengan 24 Ramadhan 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Palopo, 11 Mei 2022

### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M                 | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I             | Penguji I         | (  ) |
| 4. Megasari, S.Pd., M.Sc                 | Penguji II        | (  ) |
| 5. Akbar Sabani, S.E.I., M.E             | Pembimbing        | (  ) |

### Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Ramlah M, M.M. ✕  
NIP 19610208 199403 2 001

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



Hendra Safi S.E., M.M.  
NIP 19861020 201503 1 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ  
أَجْمَعِينَ (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih terkhusus kepada orang tuaku tercinta ayahanda Hamsir, S.Sos dan ibunda Hj. Nurlinda, S.Pd.SD, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, serta memberikan dukungan dan doa yang tiada henti yang tentu takkan bisa penulis balas.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menuntut ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CAPM., CAPF., CSRA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Takdir, S.H., M.H.
3. Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah, Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc dan staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Akbar Sabani, S.E.I., M.E. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.

5. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. dan Megasari, S.Pd., M.Sc selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Dr. Rahmawati, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Luwu, beserta karyawan dan staf, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
10. Nasabah tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu yang telah bekerja sama dengan penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.
11. Kepada nenek dan kakekku tercinta Hj. Cahaya dan Alm. H. Idris, yang telah mengasuh dengan penuh kasih sayang sejak kecil, dan selalu memberikan motivasi dalam hal menuntut ilmu, doa serta finansial.
12. Kepada sahabat-sahabat penulis, Riska, Nuriana, Serlina B, Sartika Basri, Hadijah, Murniati Panting, Hamrina, S.E dan Citra Wulandari, S.E yang telah memberikan bantuan, saran, diskusi serta kerja samanya dalam penyusunan skripsi ini.

13. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2017 (khususnya kelas D), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa, bantuan dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya. Aamiin

Palopo, 22 Februari 2022



Penulis



IAIN PALOPO



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	ṣad	Ṣ	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	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
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

*Hamzah* (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaiifa*  
هَوَّلَ : *haulā*

## 3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...   اُ...	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُو	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ	: <i>māta</i>
رَمَى	: <i>ramā s</i>
قِيلَ	: <i>qīla</i>
يَمُوتُ	: <i>yamūtu</i>

#### 4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-ḥikmah</i>

#### 5. *Syaddah (Tasydīd)*

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan ganda) yang di beri tanda *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
----------	------------------

نَجَّيْنَا	: <i>najjaīnā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
نُعَمُّ	: <i>nu'ima</i>
عُدُوْ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan di dahului oleh huruf kasrah ( *ى* ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh :

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

#### 6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> ( <i>az-zalzalah</i> )
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْعُ	: al-nau'
شَيْءٌ	: syai'un
أَمْرٌ	: umirtu

## 8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh :

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

#### 9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh :

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh :

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī raḥmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*) dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama dalam permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK dan DR). Contoh :

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihī al-Qurʿān*

Naṣr al-Dīn al-Ṭūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfi

Al-Maslahah fī al-Tasyrīʿ al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)  
Naṣr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Hāmid (bukan, Zaīd, Naṣr Hāmid Abū)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhānahū wa ta ʿālā</i>
saw.	= <i>sallallāhu ʿalaihi wa sallam</i>
as	= <i>ʿalaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS .../ ...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ʿImran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	9
B. Landasan Teori .....	11
C. Kajian Pustaka.....	21
D. Kerangka Pikir .....	28
E. Hipotesis Penelitian .....	29

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
C. Definisi Operasional Variabel .....	32
D. Populasi dan Sampel .....	33
E. Teknik Pengumpulan Data .....	34
F. Instrumen Penelitian .....	35
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	39
H. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Hasil Penelitian .....	46
B. Pembahasan .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Simpulan .....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS al-Baqarah/2: 283 .....	24
---	----



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR HADIS

Hadis 1 Hadis No. 2326 tentang menggadaikan baju perang ..... 25



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah.....	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 3.2 Skala Likert .....	36
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas .....	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji T .....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji F .....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	65

IAIN PALOPO

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Harga Emas pada Tahun 2017-2022 .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	28
Gambar 4.1 Sejarah Pegadaian .....	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah .....	49
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot .....	59
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	61



**IAIN PALOPO**


## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 Uji Hipotesis
- Lampiran 8 Surat Keputusan
- Lampiran 9 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 10 Dokumentasi
- Lampiran 11 Peta Lokasi Penelitian
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR ISTILAH



DSN	: Dewan Syariah Nasional
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
AS	: Amerika Serikat
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
OJK	: Otoritas Jasa Keuangan
PT	: Perseroan Terbatas
BPKB	: Buku Pemilik Kendaraan Bermotor
SPSS	: <i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
VOC	: <i>Vereenigde Oost-Indische Compagnie</i>
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>
ZPRED	: <i>Standardized Predicted Value</i>
SRESID	: <i>Studentized Residual</i>
$H_0$	: Hipotesis Nol
$H_1$	: Hipotesis Satu
(X)	: Variabel Independen
(Y)	: Variabel Dependen
x	: Kali
<	: Kurang dari
>	: Lebih dari
=	: Sama dengan
+	: Tambah
%	: Persen
-	: Sampai



## ABSTRAK

**Reski Widyasari, 2022.** “*Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Akbar Sabani.

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah promosi dan perubahan harga emas berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 92 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* (acak sederhana). Variabel independen pada penelitian ini yaitu promosi ( $X_1$ ) dan perubahan harga emas ( $X_2$ ) sedangkan variabel dependen yaitu keputusan nasabah ( $Y$ ). Teknik pengumpulan data yaitu melakukan pembagian angket/kuesioner. Selanjutnya, teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t dan uji f dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan analisis uji t pada variabel promosi nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,897 > 1,987$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya promosi secara parsial mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan nasabah. Pada variabel perubahan harga emas nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $6,251 > 1,987$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya perubahan harga emas secara parsial mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan hasil analisis uji f menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $62,997 > 3,098$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Maka variabel promosi dan perubahan harga emas secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi keputusan nasabah. Nilai *R square* diperoleh sebesar 0,586 menunjukkan bahwa 58,6% variabel keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan perubahan harga emas. Sedangkan sisanya 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Promosi, Perubahan Harga Emas, Keputusan Nasabah*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pegadaian adalah perusahaan jasa keuangan non bank milik negara yang kegiatan utamanya menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai. Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana. Cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya baik produktif maupun konsumtif.<sup>1</sup>

Kehadiran pegadaian syariah sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia saat ini, karena prinsip dan operasionalnya berdasarkan syariat Islam yang tentunya terlepas dari unsur *Magrib (Maysir, Gharar dan Riba)*. Hal itu juga diperkuat dengan keluarnya fatwa MUI dalam Keputusan Ijtima Ulama Komisi Fatwa MUI se-Indonesia tentang Fatwa Bunga pada tanggal 22 Syawal 1424 H/16 Desember 2003 M, menetapkan bahwa bunga sama dengan riba, sehingga bunga haram hukumnya.<sup>2</sup> Adapun jumlah nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Luwu.

---

<sup>1</sup> Nila Sary Hasibuan, “Analisis Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2021), 1.

<sup>2</sup> Masnu Roida Hasibuan, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Jual-Beli Emas Mulia Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017), 1.

Tabel 1.1 Data Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Luwu

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah Tabungan Emas</b>
2017	225
2018	251
2019	594
2020	1099
2021	1128

Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Hardiansyah selaku pimpinan cabang Pegadaian Syariah Cabang Luwu menjelaskan bahwa pada tahun 2017 jumlah nasabah tabungan emas sebanyak 225 dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 251. Di tahun 2019 jumlah nasabah 594 mengalami kenaikan sebanyak 505 di tahun 2020 menjadi 1099 sedangkan pada tahun 2021 mengalami penambahan sebanyak 29 nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Luwu mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Keputusan nasabah adalah keputusan untuk memilih dan membeli suatu produk atau jasa yang dibuat atas dasar arah yang dicapai dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Proses pengambilan keputusan memiliki lima tahap yaitu: tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian keputusan yang diberikan

kepada para pembelian merupakan suatu tahap pemilihan agar dilakukan konsumen ketika pengambilan keputusan saat membeli suatu produk.

Untuk membuat keputusan yang baik dalam menghadapi ketidakpastian dan risiko mungkin dimulai pada awal keberadaan manusia. Ketergantungan manusia atas manusia untuk menjelaskan masa akan datang, seperti ketika manusia ingin mengetahui masa depan yang tidak pasti, maka manusia meramalkan masa depan dengan beberapa kemungkinan, maka tercipta ketergantungan kepada peramal, imam, pendeta dan lainnya.<sup>3</sup>

Menurut Riyono dan Budiharja menjadi nasabah harus memiliki perilaku konsumen yang tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik konsumen tetapi juga dipengaruhi oleh promosi, sehingga muncul pengaruh proses keputusan pembelian. Sehingga dasar keputusan pembelian adalah konsumen menjadikan keputusan pembeliannya sebagai salah satu faktor yang menentukan tujuan perusahaan.<sup>4</sup>

Promosi memegang peranan penting dalam memposisikan di mata dan pikiran pembeli, karena promosi pada hakekatnya untuk memberitahukan, mengingatkan, membujuk pembeli serta pihak lain yang berpengaruh dalam proses pembelian dan pada akhirnya promosi akan meningkatkan citra pegadaian

---

<sup>3</sup> Fasiha Kamal, "Manajemen Resiko dan Resiko dalam Islam", Jurnal Muamalah, Vol.4, No.2, (2014): 98. <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/781>

<sup>4</sup> Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", Jurnal STIE Semarang, Vol.8, No.2, (2016): 93. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/12852>

dimata nasabahnya. Promosi merupakan cara untuk memberitahukan masyarakat agar mengetahui apa itu produk tabungan emas dan fungsinya.<sup>5</sup>

Emas merupakan logam mulia yang banyak diminati oleh masyarakat, komoditas ini mengikuti keadaan inflasi sehingga ketika inflasi semakin tinggi maka harga emas pun ikut melonjak tinggi. Demikian pula ketika inflasi mengalami penurunan maka harga emas pun ikut turun. Selama ini, harga emas di Indonesia cenderung selalu naik dan ketika harga emas mengalami penurunan, nilainya pun tidak terlalu signifikan. Hal ini karena ketika harga emas dalam harga dolar Amerika Serikat (AS) turun, di waktu yang sama harga dolar AS terhadap rupiah cenderung menguat banyak faktor yang mempengaruhi naik serta turunnya harga emas baik harga emas global maupun harga emas di Indonesia. Naik turunnya harga emas ini disebut pula dengan fluktuasi harga emas.<sup>6</sup>

Harga emas dapat berfluktuasi karena ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan di pasar. Selain itu, interaksi pasar komoditas dan pasar mata uang juga dapat mendorong fluktuasi harga emas, dan karena harga emas berfluktuasi, harga emas akan naik setidaknya ke tingkat yang sama dengan tingkat inflasi dalam satu waktu tertentu.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Aulia Hidayah, Hilal Malarangan, dan Fatma Fatma, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah", *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.1, No.2, (2019): 21. <https://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi>

<sup>6</sup> Choirunnisa, "Analisis Fluktuasi Harga Emas Terhadap Pendapatan Pegadaian Syariah di Indonesia", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), 6.

<sup>7</sup> Jihan Iskandar, "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), 6.



Sumber: Goldprice

Gambar 1.1 Harga Emas pada Tahun 2017-2022

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa harga emas mengalami fluktuasi tetapi cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Level tertinggi terjadi pada tahun 2020 di mana harga emas mencapai Rp965.434-/gram dan level terendah pada tahun 2017 sebesar Rp511.020-/gram.

Salah satu produk lembaga keuangan adalah tabungan, akan tetapi tabungan di pegadaian bukan berbentuk uang tetapi berbentuk tabungan emas. Menabung adalah daya beli dari menyimpan uang untuk masa depan. Tabungan emas adalah layanan dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berinvestasi emas. Harga emas masih relatif tinggi untuk kalangan menengah ke bawah. Pada harga ini mereka tidak bisa membeli emas, tetapi pegadaian memiliki produk simpanan emas dengan harga murah, proses cepat, dan pelayanan

profesional maka masyarakat sudah bisa memiliki emas dengan menggunakan produk tabungan emas.<sup>8</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis mengangkat masalah ini untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah?
2. Apakah perubahan harga emas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah?
3. Apakah promosi dan perubahan harga emas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah?

IAIN PALOPO

---

<sup>8</sup> Agus Salim, “Strategi Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Pangkep”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020), 3.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah.
2. Untuk menguji apakah perubahan harga emas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah.
3. Untuk menguji apakah promosi dan perubahan harga emas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan bisa diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

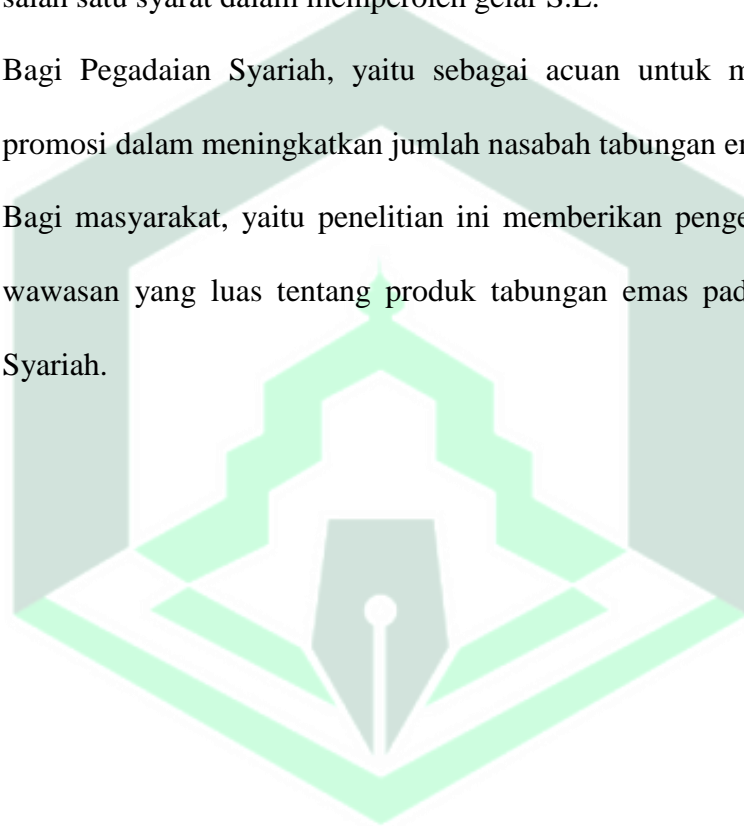
1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat bagi pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut untuk membantu mengembangkan pengetahuan yang dapat digunakan sebagai literatur atau referensi mengenai dampak promosi dan perubahan harga emas terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah.



## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, yaitu menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai lembaga keuangan syariah khususnya mengenai pengaruh promosi dan perubahan harga emas terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah dan untuk melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh gelar S.E.
- b. Bagi Pegadaian Syariah, yaitu sebagai acuan untuk melaksanakan promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan emas.
- c. Bagi masyarakat, yaitu penelitian ini memberikan pengetahuan serta wawasan yang luas tentang produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah.



**IAIN PALOPO**

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan perbandingan dan referensi baik berupa jurnal maupun skripsi yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dapat dicantumkan hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian Nine Septa Maharani yang berjudul “*Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas*” tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil output nilai  $t$  sebesar  $-1.923 < 1,996$ , artinya jika promosi ditingkatkan maka minat investasi emas akan menurun. Fluktuasi harga berpengaruh terhadap minat. Hal ini dibuktikan dengan hasil output nilai  $t$  sebesar  $6.658 > 1,996$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya jika fluktuasi harga naik maka minat investasi akan meningkat.<sup>9</sup> Persamaannya terletak pada metode penelitian dan menggunakan dua variabel independen yaitu variabel promosi dan perubahan harga emas. Perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan minat nasabah sebagai variabel dependen sedangkan pada penelitian ini variabel dependen ialah keputusan nasabah.

---

<sup>9</sup> Nine Septa Maharani, “Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, Vol.1, No.1, (2020), 76-77. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna/article/view/702>

2. Penelitian Novita Sari dan Khusnul Fikriyah yang berjudul “*Pengaruh Promosi Islami terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas di Unit Pegadaian Syariah JMP Surabaya*” tahun 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi islami berpengaruh terhadap keputusan nasabah yang memilih produk tabungan emas terbukti dari nilai  $t$  hitung dan  $t$  tabel diperoleh  $11,363 > 1,988$  dan signifikansinya  $0,000 < 0,05$ .<sup>10</sup> Persamaannya menggunakan variabel keputusan nasabah sebagai variabel terikat dan sampel penelitian. Perbedaannya terletak pada jumlah variabel bebas dalam penelitian terdahulu hanya menggunakan satu yaitu variabel promosi islami sedangkan dalam penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu promosi (X1) dan perubahan harga emas (X2).
3. Penelitian Afriyan Farkhan Auladi yang berjudul “*Pengaruh Strategi Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah Untuk Berinvestasi di PT. Pegadaian Cabang Kebumen*” tahun 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel strategi promosi dan fluktuasi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di PT. Pegadaian Cabang Kebumen, di mana nilai  $F_{hitung} 15,507 > F_{tabel} 3,09$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ .<sup>11</sup> Persamaannya terletak pada metode penelitian dan menggunakan variabel

---

<sup>10</sup> Novita Sari dan Khusnul Fikriyah, “Pengaruh Promosi Islami terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas di Unit Pegadaian Syariah JMP Surabaya”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol.4, No.1, (2021): 188-189. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/12852>

<sup>11</sup> Afriyan Farkhan Auladi, “Pengaruh Strategi Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah untuk Berinvestasi di PT. Pegadaian Cabang Kebumen”, (Skripsi, Purwokerto: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri, 2021), 88.

promosi dan perubahan harga emas. Perbedaannya terdapat pada variabel dependen yaitu penelitian terdahulu menggunakan variabel minat nasabah sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel keputusan nasabah.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Promosi**

Menurut Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

Menurut Muslichah promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>12</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen agar menggunakan produk atau jasa untuk meningkatkan jumlah konsumen dan mencapai keberhasilan penjualan.

Promosi bersifat membujuk dan mempengaruhi sikap dan tingkah laku konsumen agar tertarik mencoba dan menggunakan produk yang dipromosikan. Promosi bertujuan untuk membangun sikap dan tingkah

---

<sup>12</sup> Onny Fitriana Sitorus dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, 2017), 8.

laku positif dari sektor pasar terhadap perusahaan dan produknya. Tujuan dari promosi itu sebenarnya, antara lain:

- a. Menginformasikan, yaitu kegiatan promosi ditujukan untuk memberitahukan pasar yang dituju tentang penawaran dari perusahaan.
- b. Membujuk pelanggan sasaran, yaitu promosi yang bersifat membujuk umumnya kurang disenangi masyarakat namun demikian promosi ini diarahkan untuk mendorong pembelian.
- c. Mengingat, yaitu promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk dalam masa kedewasaan produk.<sup>13</sup>

Kegiatan promosi bervariasi tetapi mempunyai fungsi serta tujuan yang sama, dan seringkali dibedakan berdasarkan tugas khususnya. Bentuk-bentuk promosi itu ialah sebagai berikut:

- a. Periklanan (Advertising)

Periklanan adalah bentuk promosi non-personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembeli. Promosi periklanan terdapat banyak ragamnya, mulai yang biasa sampai yang spesifik, dari produk elektronik seperti TV dan radio, sampai bahan cetak seperti koran, majalah, brosur dan lain sebagainya.

---

<sup>13</sup> Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), 53.

b. Penjualan Perseorangan (Personal Selling)

Penjualan perseorangan adalah bentuk promosi secara langsung dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Contoh pihak pelaku usaha kecil yang melakukan personal selling adalah penjual pakaian, penjual klontongan, penjual keliling yang menjajakan dagangannya dan lain sebagainya.

c. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Promosi penjualan merupakan aktivitas penjualan yang bersifat jangka pendek, tidak berulang, serta tidak rutin yang tujuannya mendorong keinginan konsumen untuk mencoba atau membeli barang/jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan mencakup alat untuk promosi konsumen (sampel, kupon, penawaran cashback, potongan harga, premi, hadiah, hadiah langganan, percobaan gratis, garansi, promosi berhubungan, promosi silang, pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian).

d. Hubungan Masyarakat (Publik Relation)

Hubungan masyarakat adalah program untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan maupun produknya.

e. Informasi dari Mulut ke Mulut (Word of Mouth)

Informasi dari mulut ke mulut adalah komunikasi lisan, tertulis dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

f. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Pemasaran langsung adalah suatu bentuk promosi yang dilakukan secara eksklusif buat menerima tanggapan langsung dari konsumen saat memasarkan barang/jasa.<sup>14</sup>

Indikator promosi menurut Philip Kotler yaitu:

- a. Periklanan
- b. Tenaga Penjualan
- c. Pemasaran Langsung<sup>15</sup>

## 2. Perubahan Harga Emas

Menurut Yohanes Surya fluktuasi adalah perubahan naik atau turunnya suatu variabel yang terjadi sebagai akibat dari mekanisme pasar. Secara tradisional fluktuasi dapat diartikan sebagai perubahan nilai atau lonjakan, ketidaktepatan segala sesuatu yang bisa digambarkan dalam sebuah grafik.<sup>16</sup>

IAIN PALOPO

---

<sup>14</sup> Feti Rukmanasari, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017), 29-31.

<sup>15</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten: PT Intan Sejati Klaten, 2005), 132.

<sup>16</sup> Yohanes Surya, *Ekonofisika dan Nobel Ekonomi*, (Jakarta: Kompas, 2007), 4.

Menurut Ismail Nawawi fluktuasi harga adalah turun naiknya harga pada suatu barang atau benda, jika barang banyak dibutuhkan konsumen akan berdampak pada naiknya harga dan jika benda tersebut kurang diminati harganya akan turun.<sup>17</sup>

Emas merupakan logam mulia yang sangat diminati oleh banyak orang, komoditas ini juga mengikuti alur inflasi sehingga ketika inflasi sangat tinggi, saat itulah harga emas juga akan melambung tinggi. Demikian juga ketika inflasi menurun, harga emas juga ikut turun. Jika dinyatakan dalam harga rupiah, harga emas memiliki keunikan. Selama ini, harga emas di Indonesia memiliki kecenderungan selalu naik dan nilainya tidak terlalu signifikan jika turun. Hal itu terjadi karena ketika harga emas dalam harga dolar Amerika Serikat (AS) turun, pada saat yang sama, harga dolar AS terhadap rupiah cenderung menguat.<sup>18</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa fluktuasi harga emas adalah suatu keadaan di mana harga emas mengalami naik turun yang disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya inflasi. Ketika inflasi menurun, harga emas juga ikut turun dan begitupun sebaliknya yang digambarkan dalam sebuah grafik.

---

<sup>17</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer; Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 164.

<sup>18</sup> Joko Salim, *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini*, (Jakarta: Visimedia, 2010),



Faktor-faktor yang memengaruhi harga emas yaitu sebagai berikut:

a. Inflasi

Setiap Negara dalam menentukan kebijakan ekonomi biasanya akan melihat tingkat inflasi. Prediksi persentase inflasi tersebut menjadi acuan dalam penetapan tingkat harga dan suku bunga. Apabila prediksi tersebut meleset, dan melebihi yang diperkirakan, biasanya harga emas akan melonjak tinggi.

b. Terjadi Kepanikan Finansial

Saat terjadi kepanikan finansial seperti pada tahun 1998, maka harga emas akan meroket tidak terkendali. Hal ini disebabkan karena masyarakat enggan untuk memegang uang kertas dan memilih menyimpan kekayaannya dalam bentuk emas.

c. Harga Minyak Naik Secara Signifikan

Harga emas, akan ikut naik jika harga minyak mentah dunia mengalami lonjakan signifikan meski dampaknya sendiri tidak terjadi seketika. Seperti saat terjadi invasi AS ke Irak di mana Irak adalah salah satu produsen minyak terbesar di dunia. Akibat invasi itu harga minyak melonjak tajam yang kemudian diikuti oleh naiknya harga emas. Begitupun yang terjadi saat ini, di mana Negara sekutu yang dipimpin AS menyerang Libya. Harga minyak mentah kembali naik dan menembus rekor baru. Akibatnya harga emas pun terangkat naik.

d. Permintaan Terhadap Emas

Sesuai hukum supply demand, naiknya permintaan emas dunia yang tidak diikuti oleh naiknya pasokan emas mengakibatkan harganya akan naik terus. China dan India adalah dua negara yang paling besar menghabiskan uangnya untuk membeli emas.

e. Kondisi Politik Dunia

Ketika politik dunia mengalami ketegangan dan mengakibatkan ketidakpastian ekonomi, membuat harga emas semakin tinggi. Hal ini disebabkan para pelaku pasar yang menarik investasinya di bursa saham, valas atau obligasi dan lebih memilih investasi yang aman yaitu emas. Sehingga permintaan terhadap emas akan semakin tinggi.<sup>19</sup>

Indikator perubahan harga emas yang dikemukakan oleh Muhammad Sodik yaitu:

- a. Ketika harga emas naik
- b. Ketika harga emas turun
- c. Ketika harga emas stabil<sup>20</sup>

IAIN PALOPO

---

<sup>19</sup> Frento T. Suharto, *Harga Emas Naik atau Turun Kita Tetap Untung*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2013), 88-89.

<sup>20</sup> Muhammad Sodik, "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah", (Skripsi, Bandar Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 61.

### 3. Keputusan

Menurut Marimin mengambil atau membuat keputusan adalah suatu proses yang dilaksanakan orang berdasarkan pengetahuan dan informasi yang ada padanya pada saat tersebut dengan harapan bahwa sesuatu akan terjadi. Keputusan dapat diambil dari alternatif-alternatif keputusan yang ada. Alternatif keputusan tersebut dapat dilakukan dengan adanya informasi yang diolah dan disajikan dengan sistem penunjang keputusan.<sup>21</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Dengan adanya pilihan yang ditawarkan konsumen dapat mengambil keputusan yang terbaik dari yang ditawarkan.<sup>22</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah suatu proses yang dilakukan oleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan informasi yang ada dengan cara memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Untuk mencapai keputusan pembelian konsumen melalui tahapan proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian terdiri atas lima tahap yaitu:

---

<sup>21</sup> Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), 12.

<sup>22</sup> Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2004), 493.

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan.

b. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai tergugah minatnya mungkin akan mencari banyak informasi. Salah satu yang menjadi perhatian pokok pemasar adalah sumber informasi utama yang dicari konsumen dan pengaruh relatifnya terhadap keputusan pembelian berikutnya. Sumber-sumber informasi konsumen terdiri dari empat kelompok yaitu:

- 1) Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- 2) Sumber komersial : iklan, wiraniaga, pedagang perantara, kemasan, pajangan.
- 3) Sumber publik : media massa, organisasi.
- 4) Sumber pengalaman : penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui merek-merek yang bersaing dan keistimewaan masing-masing merek.

c. Evaluasi Alternatif

Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang

diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk membeli.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen untuk menunda atau menghindari suatu keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan. Besarnya resiko yang dirasakan bervariasi tergantung pada uang yang dipertaruhkan, besarnya ketidakpastian atribut dan besarnya kepercayaan konsumen.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Apabila konsumen merasa puas akan produk tersebut maka konsumen akan melakukan pembelian ulang, dan bahkan menginformasikan kepada pelanggan lain, tetapi apabila konsumen tidak puas dengan produk tersebut maka konsumen akan kecewa dan tidak melakukan pembelian lagi pada produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan wajib berupaya untuk membuktikan kepuasan pelanggan di setiap tahap proses pembelian.<sup>23</sup>

Indikator keputusan menurut Fandy Tjiptono yaitu:

- a. Pengenalan Masalah
- b. Pencarian Informasi
- c. Evaluasi Pasca Pembelian<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), 74.

<sup>24</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4 (Yogyakarta: ANDI, 2015), 53.

## C. Kajian Pustaka

### 1. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.<sup>25</sup>

Akad dalam tabungan emas ada dua yaitu:

#### a. Akad Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli barang antara penjual dan pembeli dimana keduanya sepakat soal harga perolehan dan keuntungan (margin). Penjual membeli barang dari pihak lain dan menjualnya kepada pembeli dengan memberi tahu harga pembelian dan keuntungan yang ingin di peroleh dari penjualan barang tersebut.<sup>26</sup>

Dalam pengambilan keuntungan tersebut besarnya keuntungan yang diharapkan harus jelas dan transparan, dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang diharapkan. Sehingga keuntungan tersebut merupakan lebih bersifat *margin* atau sesuatu yang disepakati bukan dalam bentuk *mark up* tambahan yang lebih dekat pada bentuk penzaliman, ditentukan sepihak tanpa analisis yang rasional.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Okta Liasari, "Efektivitas Pemasaran Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Semangka Kota Bengkulu", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2017), 35.

<sup>26</sup> Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta Selatan: PT. Trans Media, 2011), 55.

<sup>27</sup> Fasiha, "Akad Murabahah dan Permasalahannya dalam Penerapan di LKS", *Jurnal Muamalah*, Vol.5, No.1, (2015): 13, <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/666>

b. Akad Wadiah

Wadiah merupakan simpanan (deposit) barang atau dana kepada pihak lain yang bukan pemiliknya dengan alasan keamanan. Wadiah adalah akad penitipan dari pihak yang mempunyai uang/barang kepada pihak yang menerima titipan dengan catatan kapan pun titipan diambil pihak penerima titipan wajib menyerahkan kembali uang/barang titipan tersebut dan yang dititipi menjadi penjamin pengembalian barang titipan.<sup>28</sup>

Keuntungan dalam menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian yaitu:

a. Terjamin Aman

Pegadaian merupakan BUMN yang sudah berdiri sejak tahun 1901 dan 100% dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia. Selain itu, operasionalnya berada di bawah kendali langsung OJK (Otoritas Jasa Keuangan).

b. Harga Terjangkau

Dikatakan terjangkau karena pegadaian memberikan harga pembelian emas yang terjangkau, sehingga siapa saja bisa menabung emas, bahkan anak muda dengan sedikit uang tetapi ingin mempunyai emas batangan. Dimulai dengan harga Rp5.000-an, Anda sudah memiliki tabungan emas dengan berat 0,01 gram.

---

<sup>28</sup> Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 254.

c. Mudah Melakukan Transaksi

Semenjak Pegadaian memperkenalkan penemuan baru dengan memakai sistem online, maka nasabah tidak perlu datang ke Pegadaian. Bila ingin menabung cukup melalui sistem perbankan yaitu dengan Via ATM, atau lewat Pegadaian Digital aplikasi layanan tersedia di Play Store.

d. Sangat Mudah Dicairkan

Investasi emas mudah dicairkan, seperti berinvestasi pada pegadaian melalui produk tabungan emas. Dengan proses yang singkat, nasabah bisa dengan cepat mencairkan emas untuk kebutuhan yang mendesak.

d. Buyback yang Mudah dan Harga Kompetitif

Yaitu nasabah bisa menjual balik sisa emas pada pegadaian dengan berat minimum 1 gram.<sup>29</sup>

## 2. Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan transaksi pembiayaan dan jasa gadai berdasarkan prinsip syariat Islam. Dalam perkembangannya, Pegadaian Syariah tidak hanya menyediakan produk berbasis gadai, namun pembiayaan jenis lainnya yang juga dijalankan berdasarkan prinsip syariah seperti pembiayaan rahn, arrum

---

<sup>29</sup> Fauziah Faren, "Mekanisme Tabungan Emas Dengan Penggunaan Sistem Online Pada PT. Pegadaian Cabang Jombang", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, 2019), 12.



gaji, multi pembayaran online, konsiyasi emas, tabungan emas, mulia dan arrum bpkb.<sup>30</sup>

Sebagaimana halnya institusi yang berlabel syariah, maka landasan konsep Pegadaian Syariah juga mengacu kepada syariat Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis Nabi SAW. Adapun landasannya yaitu:

a. Ayat Al-Quran

Al-Quran surah Al Baqarah ayat 283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Terjemahnya:

*“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhan-nya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Baqarah [2]: 283)<sup>31</sup>*

<sup>30</sup> A. Nur Wahana Fajri, “Analisis Prinsip Ekonomi Islam Terhadap Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017), 40.

<sup>31</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, (CV Penerbit Diponegoro; Bandung, 2010), 49.

Ayat tersebut menjelaskan bahwasanya dalam Islam diperbolehkan melakukan akad gadai apabila didalamnya tidak mengandung unsur riba, sebagaimana yang disebutkan dalam ayat tersebut “barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan”.

Adapun tafsir ayat diatas dikutip pada Tafsir Al-Maragi, apabila kalian dalam keadaan bepergian dan tidak menemukan juru tulis yang bisa menulis transaksi perjanjian utang piutang, atau tidak mendapatkan kertas, tinta, atau benda-benda lain yang bisa dipakai menulis, maka perkuatlah perjanjian ini dengan jaminan, yang kemudian kalian saling memegangnya. Dan apabila kalian saling mempercayai antar kalian karena kebaikan dugaan dan saling mempercayai, bahwa masing-masing dimungkinkan tidak akan berkhianat atau mengingkari hak-hak yang sebenarnya, maka pemilik uang boleh memberikan utangnya padanya. Setelah itu, orang yang berutang hendaknya bisa menjaga kepercayaan ini, dan takutlah kepada Allah. Jangan sekali-kali orang yang berutang mengkhianati amanat ini. Janganlah kalian membangkang tidak menunaikan kesaksian apabila dibutuhkan. Maka, siapa saja yang telah membangkang, maka ia telah berbuat dosa.<sup>32</sup>

b. Hadis

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا  
مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

<sup>32</sup> Ahmad Mustafa, *Tafsir Al-Maragi*, (Semarang: CV. Toha Putra Semarang, 1992), 132-134.

“Dari Aisyah Radhiyallahu Anha, bahwa Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam pernah membeli bahan makanan dari seorang Yahudi dan beliau menggadaikan baju perang dari besi.” (HR Bukhari No. 2326)

Adapun tafsir hadis di atas dikutip pada Syarah Hadits Pilihan Bukhari-Muslim menyatakan bahwa Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam zuhud dalam kehidupan dunia dan menyedikitkan bagian darinya. Seperti biasanya, beliau tidak membiarkan ada sesuatu yang disimpan untuk makanan beliau dan keluarga beliau meskipun untuk beberapa hari. Sehingga adakalanya beliau terpaksa harus membeli (berhutang) bahan makanan dari seorang Yahudi berupa gandum dan beliau menggadaikan barang yang sebenarnya beliau perlukan dalam jihad *fi sabilillah* dan meninggikan kalimat-Nya, yaitu baju besi yang beliau kenakan dalam peperangan, yang digunakan untuk melindungi diri dari senjata musuh.<sup>33</sup>

Sifat usaha pegadaian pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan masyarakat umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan yang baik. Oleh karena itu, PT Pegadaian bertujuan sebagai berikut:

- a. Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pembiayaan/pinjaman atas dasar hukum gadai.
- b. Mencegah praktik ijon, pemberi pinjaman ilegal serta pinjaman tidak masuk akal lainnya.

---

<sup>33</sup> Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, *Syarah Hadits Pilihan Bukhari-Muslim*, (Jakarta: DARUL-FALAH, 2002), 660.

- c. Pemanfaatan gadai bebas bunga pada gadai syariah memiliki efek jaring pengaman sosial karena masyarakat yang butuh dana mendesak tidak lagi dijerat pinjaman/pembiayaan berbasis bunga.
- d. Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.

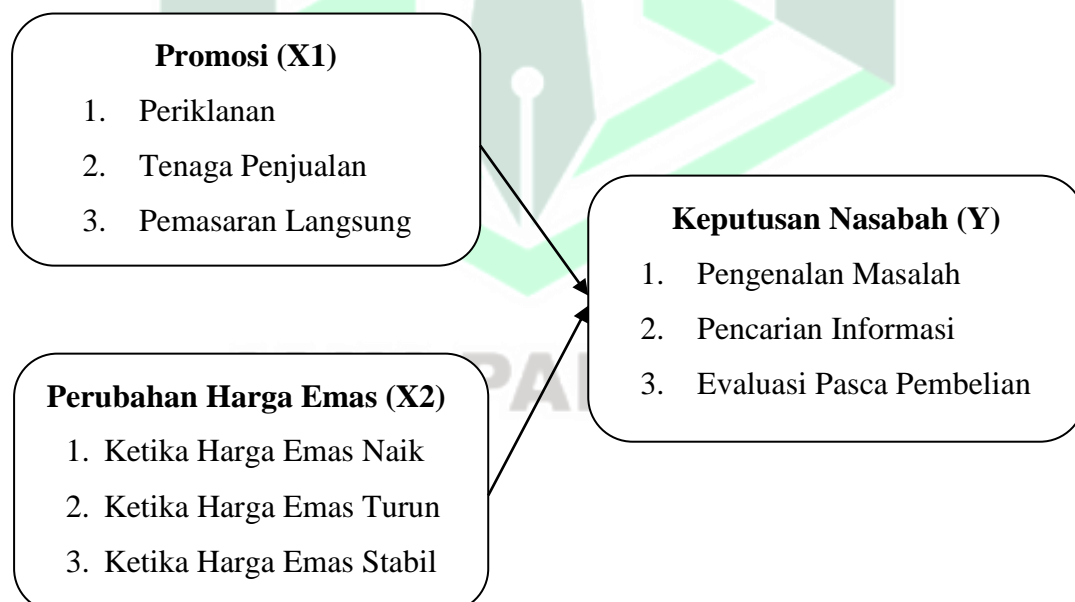
Adapun manfaat pegadaian antara lain:

- a. Bagi nasabah, tersedianya dana dengan prosedur yang relatif lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan pembiayaan/kredit perbankan. Selain itu, nasabah juga mendapat manfaat penaksiran nilai suatu barang bergerak secara profesional. Mendapatkan fasilitas penitipan barang bergerak yang aman dan dapat dipercaya.
- b. Bagi perusahaan pegadaian:
  - 1) Penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjam dana (gadai konvensional) sedangkan bagi gadai syariah penghasilan bersumber dari sewa tempat penyimpanan barang gadai.
  - 2) Penghasilan yang bersumber dari komisi yang dibayarkan oleh nasabah untuk menerima layanan tertentu. Untuk bank syariah yang menerbitkan barang gadai syariah, mereka bisa mendapatkan laba dari biaya manajemen dan biaya penyimpanan emas.

- 3) Menjalankan misi PT Pegadaian sebagai BUMN yang bergerak di bidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan prosedur yang relatif sederhana.<sup>34</sup>

#### D. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggunakan dua variabel independen (Promosi dan perubahan harga emas) yang mempengaruhi variabel dependen (Keputusan nasabah). Peneliti dalam penelitian ini ingin melihat seberapa besar atau ada tidaknya pengaruh promosi dan perubahan harga emas terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu, sehingga dengan adanya kedua hal tersebut akan mendorong nasabah untuk menggunakan tabungan emas.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

<sup>34</sup> Andri Soematri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: KENCANA, 2009), 407-408.

### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian.<sup>35</sup> Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Pengaruh promosi ( $X_1$ ) terhadap keputusan nasabah (Y) pada produk tabungan emas

$H_0$ = Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas

$H_1$ = Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas

2. Pengaruh perubahan harga emas ( $X_2$ ) terhadap keputusan nasabah (Y) pada produk tabungan emas

$H_0$ = Tidak terdapat pengaruh perubahan harga emas terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas

$H_1$ = Terdapat pengaruh perubahan harga emas terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas

3. Pengaruh promosi ( $X_1$ ) dan perubahan harga emas ( $X_2$ ) terhadap keputusan nasabah (Y) pada produk tabungan emas.

$H_0$ = Tidak terdapat pengaruh promosi dan perubahan harga emas secara simultan terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas

---

<sup>35</sup> Sinta Ardhilatul Jannah, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar III Muara Enim", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2017), 46.

$H_1$ = Terdapat pengaruh promosi dan perubahan harga emas secara simultan terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas



**IAIN PALOPO**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka. Dengan demikian metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme.<sup>36</sup> Alasan menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan perubahan harga emas terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu dengan melakukan pengukuran dan perhitungan secara statistik.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Pegadaian Syariah yang terletak di Jl. Andi Tadda Kota Palopo, Sulawesi Selatan.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini yakni pada bulan November 2021 sampai Januari 2022.

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 11.



### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur variabel promosi dan perubahan harga emas terhadap variabel keputusan nasabah. Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama. Definisi operasional variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Promosi (X1)	Promosi merupakan kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh Pegadaian untuk menginformasikan produk atau jasanya dan membujuk konsumen untuk membeli dan mengingatkan nasabah untuk tidak melupakan produknya	1. Periklanan 2. Tenaga Penjualan 3. Pemasaran Langsung <sup>37</sup>
Perubahan Harga Emas (X2)	Perubahan harga emas adalah Fenomena naik turunnya harga emas. Tinggi rendahnya harga itu akan naik turun menurut suatu hukum, yang	1. Ketika harga Emas Naik 2. Ketika Harga Emas Turun

<sup>37</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten: PT Intan Sejati Klaten, 2005), 132.

	disebut dengan hukum penawaran dan permintaan. Fluktuasi harga yang dimaksud adalah fluktuasi dalam tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu	3. Ketika Harga Emas Stabil <sup>38</sup>
Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan nasabah merupakan suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Pasca Pembelian <sup>39</sup>

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan dari nasabah produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu yang berjumlah 1128 orang.

##### 2. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan *Simple*

<sup>38</sup> Muhammad Sodik, "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah", (Skripsi, Bandar Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 61.

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4 (Yogyakarta: ANDI, 2015), 53.

*Random Sampling* (sampel acak sederhana). Dalam penentuan besarnya sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1128}{1 + 1128(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1128}{1 + 1128(0,01)}$$

$$n = \frac{1128}{1 + 11,28}$$

$$n = \frac{1128}{12,28} = 91,856$$

$$n = 92 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi jumlah sampel yang dibutuhkan secara acak untuk penelitian ini adalah berjumlah 92 nasabah.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan observasi terlebih dahulu di Pegadaian Syariah Cabang Luwu yang ada di Jl. Andi Tadda (Ruko samping pasar) untuk mendapatkan jumlah nasabah tabungan emas yang ada di Pegadaian Syariah.

##### 2. Kuesioner

Pengumpulan data berlangsung dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang sudah ditentukan. Serangkaian pertanyaan dalam

angket ini merupakan hasil modifikasi dari angket penelitian terdahulu. Responden diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai atas pertanyaan yang mengenai keputusan nasabah dalam produk tabungan emas. Variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Proses dari suatu kegiatan penelitian haruslah terukur. Artinya, terpecahkan atau tidaknya suatu masalah yang dihadapi dalam penelitian tersebut haruslah diketahui secara pasti sehingga dapat dirumuskan bahwa solusi yang ditawarkan manjur atau tidak dalam mengatasi masalah tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu alat ukur yang terpercaya. Selanjutnya, alat ukur inilah yang disebut sebagai instrumen penelitian.<sup>40</sup>

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung dengan pertanyaan bersifat tertutup karena telah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih mana yang sesuai dengan dirinya.

---

<sup>40</sup> Heru Kurniawan, *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 1

Penskoran instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* di mana jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Kode	Skor/Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Pada penelitian ini, dari setiap variabel yang ada akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indikator yang akan diukur hingga menjadi item pernyataan.

Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1.	Promosi	Periklanan	1. Memilih tabungan emas karena melihat iklannya di media sosial yang menarik 2. Memilih tabungan emas karena melihat iklannya dispanduk 3. Memilih tabungan emas karena melihat iklannya dibrosur
		Penjualan Pribadi	4. Pegawai pegadaian menjelaskan dengan baik tentang produk tabungan emas

5. Pegawai pegadaian memberikan respon yang baik terhadap pertanyaan nasabah
  6. Pegawai pegadaian menjalin komunikasi yang baik dengan para nasabah
- Pemasaran  
Langsung
7. Pegawai pegadaian langsung tatap muka dengan nasabah untuk mempromosikan produk tabungan emas
  8. Pegawai pegadaian memberikan penjelasan tentang informasi produk secara menarik dan informatif
  9. Penjelasan produk melalui pegawai pegadaian disampaikan dengan jelas dan bahasa yang mudah dipahami
2. Perubahan Harga Emas
- Ketika Harga Emas Tinggi
10. Cenderung menjualnya ketika harga emas naik
  11. Mempertimbangkan membeli ketika harga emas naik
  12. Menunda menggunakan produk tabungan emas sampai harga emas stabil atau turun
- Ketika Harga Emas Turun
13. Cenderung membelinya ketika harga emas turun
  14. Tidak akan menjualnya ketika harga emas turun
  15. Menabung emas di pegadaian syariah ketika harga emas turun
- Ketika Harga
16. Menjual emas berapapun tanpa pandang naik turunnya harga emas

- |    |                          |   |
|----|--------------------------|---|
|    | Emas Stabil              | 17. Membeli emas berapapun tanpa pandang naik turunnya harga emas                                   |
|    |                          | 18. Tetap menabung di pegadaian syariah walaupun harga emas stabil                                  |
| 3. | Keputusan Nasabah        | 19. Membutuhkan tabungan emas untuk masa depan  |
|    | Pengenalan Masalah       | 20. Tertarik menggunakan tabungan emas karena promosi yang ditawarkan                               |
|    |                          | 21. Memiliki keinginan yang sangat tinggi untuk menggunakan produk tabungan emas                    |
|    | Pencarian Informasi      | 22. Tidak mendapatkan hambatan dalam memperoleh informasi tentang tabungan emas                     |
|    |                          | 23. Tertarik memiliki tabungan emas setelah mendapatkan informasi                                   |
|    |                          | 24. Mendapatkan informasi tentang tabungan emas dari orang lain                                     |
|    | Evaluasi Pasca Pembelian | 25. Mempromosikan produk tabungan emas kepada keluarga dan teman untuk menggunakan produk tersebut. |
|    |                          | 26. Merasa puas menggunakan produk tabungan emas  |
|    |                          | 27. Akan tetap menjadi nasabah tabungan emas  |
-

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu angket. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai  $r_{hitung}$  pada kolom *corrected item-total correlation*, dan untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Jadi  $df = 30-2 = 28$ , dengan tingkat signifikansi 5 persen didapat angka pada  $r_{tabel} = 0,361$ . Instrumen dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
1.	Promosi (X1)	P1	0,706	0,361	Valid
		P2	0,762	0,361	Valid
		P3	0,744	0,361	Valid
		P4	0,848	0,361	Valid
		P5	0,852	0,361	Valid
		P6	0,776	0,361	Valid
		P7	0,786	0,361	Valid
		P8	0,795	0,361	Valid
		P9	0,755	0,361	Valid
2.	Perubahan Harga Emas (X2)	PHE1	0,659	0,361	Valid
		PHE2	0,613	0,361	Valid
		PHE3	0,543	0,361	Valid
		PHE4	0,586	0,361	Valid



Tabel 3.4 Lanjutan

	PHE5	0,569	0,361	Valid	
	PHE6	0,658	0,361	Valid	
	PHE7	0,656	0,361	Valid	
	PHE8	0,647	0,361	Valid	
	PHE9	0,760	0,361	Valid	
3.	Keputusan	KN1	0,729	0,361	Valid
	Nasabah (Y)	KN2	0,874	0,361	Valid
		KN3	0,803	0,361	Valid
		KN4	0,851	0,361	Valid
		KN5	0,756	0,361	Valid
		KN6	0,722	0,361	Valid
		KN7	0,871	0,361	Valid
		KN8	0,725	0,361	Valid
		KN9	0,720	0,361	Valid

Sumber: Olah data SPSS 25, 2022

Berdasarkan Tabel 3.4 uji validitas yang menggunakan sampel 30 responden dan taraf signifikan sebesar 0,05 sehingga didapatkan  $r_{tabel}$  sebesar 0,361 dan  $r_{hitung}$  yang didapat rata-rata di atas 0,361. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa uji validitas instrumen pada penelitian ini dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dan menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya dan diandalkan dalam penelitian. Suatu variabel dapat dikatakan reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Adapun tabel uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
1.	Promosi (X1)	0,915	Reliable
2.	Perubahan Harga Emas (X2)	0,805	Reliable
3.	Keputusan Nasabah (Y)	0,922	Reliable

Sumber: Olah data SPSS 25,2022

Berdasarkan tabel 3.5 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* ketiga instrumen memiliki nilai lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga instrumen tersebut dinyatakan *reliable*/handal.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan hal penting dalam penelitian karena tanpa menganalisis data masalah yang dirumuskan tidak dapat dipecahkan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetahui persamaan regresi yang diperoleh, konsisten, tidak menyimpang dan sesuai dengan perkiraan. Model regresi linear dapat disebut sebagai model baik jika model tersebut

memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Adapun asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model analisis regresi linear yaitu:

a. Uji Normalitas

Untuk menguji variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Dalam pengujian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov* jika diperoleh nilai *sig.*  $> 0,05$  maka distribusi dinyatakan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mengetahui suatu model regresi tidak terjadi multikolinearitas yaitu mempunyai nilai  $VIF < 10$  dan mempunyai nilai *Tolerance*  $> 0,1$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot* antara *Standardized Predicted Values* (ZPRED) dengan *Studentized Residual* (SRESID) jika titik-titiknya membentuk pola tertentu teratur maka terjadi

heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas seperti titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan prediksi dan untuk melengkapi analisis sejauh mana variabel bebas berpengaruh terhadap variabel-variabel terikat. Pada penelitian ini regresi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Nasabah
a	= Nilai konstanta
$b_{1,2}$	= Koefisien regresi
$X_1$	= Promosi
$X_2$	= Perubahan harga
e	= Standar eror estimasi atau gangguan

## 3. Uji Hipotesis

Untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen, maka dapat dilakukan pengujian sebagai berikut:

a. Uji t (Parsial)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% (0,05).

Adapun persyaratan uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.<sup>41</sup>

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$  untuk tingkat signifikansi 5% dari degree of freedom (df) =  $n-k-1$ , dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen.

---

<sup>41</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*, (Bogor: GUEPEDIA, 2021), 41.

Kriteria uji F yaitu sebagai berikut:

- 1) Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
- 2)  $H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- 3)  $H_1$  akan diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

c. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji R digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya ( $R^2$ ). Apabila nilai  $R^2$  mendekati 0 maka pengaruhnya semakin kecil dan apabila nilai  $R^2$  sama dengan 1 maka pengaruhnya semakin kuat.<sup>42</sup>

IAIN PALOPO

---

<sup>42</sup> Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 251.

## BAB IV

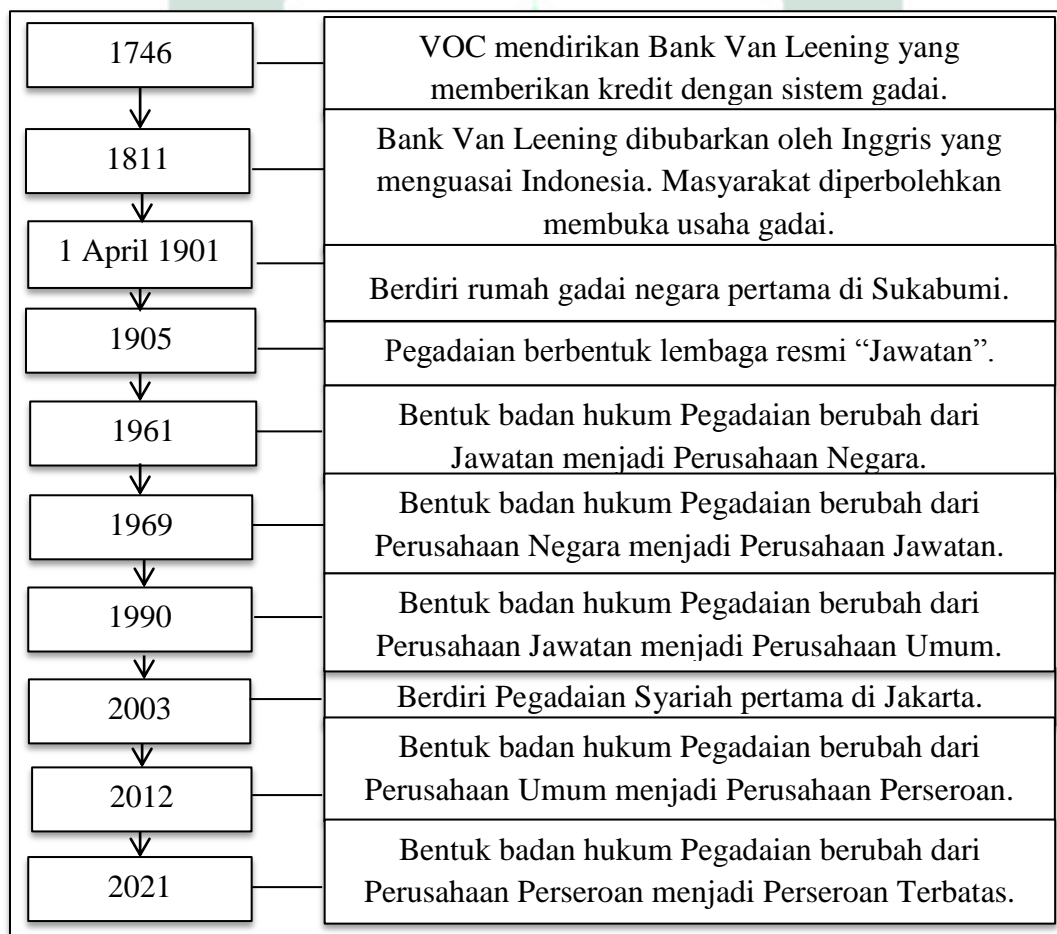
### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Lokasi Penelitian

###### a. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah merupakan anak perusahaan PT. Pegadaian (Persero). Sejarah berdirinya Pegadaian Syariah pun tidak dapat lepas terlepas dari sejarah berdirinya Pegadaian konvensional. Sejarah berdirinya Pegadaian di Indonesia bermula pada masa penjajahan Belanda yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Pegadaian, 2021

Gambar 4.1 Sejarah Pegadaian

Pegadaian Syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki kegiatan utama berupa gadai dengan prinsip yang sesuai dengan syariah. Prinsip syariah pada Pegadaian Syariah berlandaskan pada Fatwa DSN MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan hutang *rahn* diperbolehkan. Dalam bentuk kelembagaan, Pegadaian Syariah tetap berdasarkan kepada Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990.

Pegadaian Syariah berdiri pertama kali pada Januari 2003 di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Dewi Sartika. Kemudian dari tahun ke tahun, mulai bermunculan banyak unit-unit Pegadaian Syariah di berbagai wilayah daerah, salah satu cabangnya berada di Jalan Andi Tadda Kota Palopo.

Pegadaian Syariah Cabang Luwu berdiri pada tanggal 3 April 2010. Keberadaan Pegadaian Syariah Cabang Luwu merupakan tempat yang strategis, mudah dijangkau karena alat transportasi mudah ditemui dan letaknya yang berada di samping pasar Andi Tadda yang merupakan tempat keramaian. Pegadaian Syariah Luwu, memiliki ahli taksir yang dengan cepat menaksir, beberapa nilai riil barang jaminan tersebut. Biasanya nilai taksiran lebih rendah dari nilai pasar hal ini dimaksud apabila terjadi kemacetan terhadap pembayaran pinjaman, maka dengan mudah pihak pegadaian melelang jaminan yang diberikan nasabah dibawah harga pasar.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu pada tanggal 21 Desember 2021.



## **b. Visi dan Misi Pegadaian Syariah**

Adapun visi dan misi pegadaian syariah adalah:

### 1) Visi Pegadaian

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

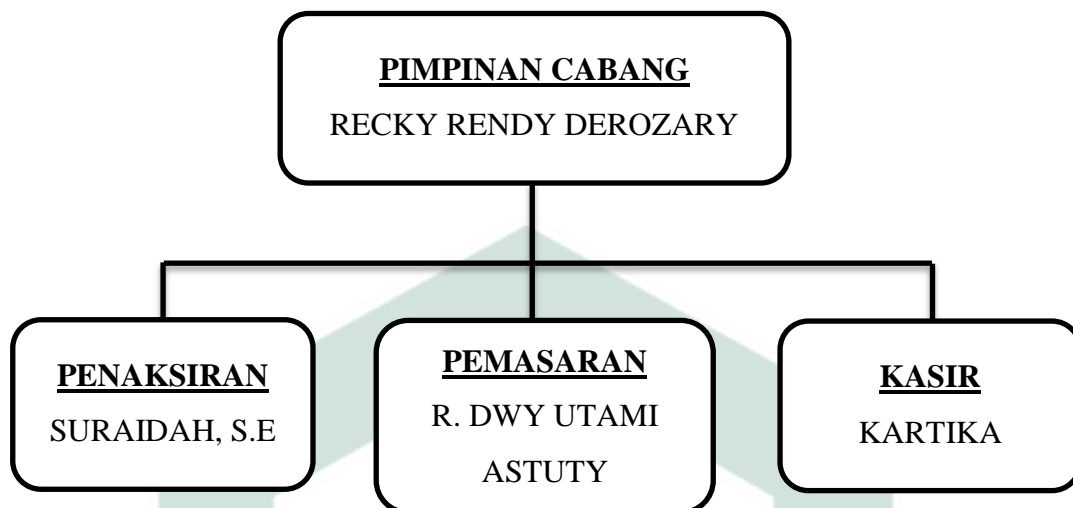
### 2) Misi Pegadaian

- a) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b) Memastikan perantara pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan masyarakat.
- c) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

## **c. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan gambaran dari susunan fungsi-fungsi yang ada didalam organisasi. Bagian-bagian yang ada menunjukkan pembagian tugas, kedudukan, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing personil yang bersangkutan sehingga tercipta suatu kerja sama yang baik yang mengarah kepada ketertiban sehingga organisasi tersebut dapat mewujudkan tujuan yang

ingin dicapai. Adapun struktur organisasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu di jalan Andi Tadda dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Luwu, 2021

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu

#### d. Tugas dan Tanggung Jawab

##### 1) Pimpinan Cabang

Pimpinan cabang, sebagai pemimpin pelaksanaan teknis dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat dan selaku penanggung jawab seluruh kegiatan operasional di perusahaan memegang peranan strategis dalam mengembangkan layanan serta kinerja perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab pimpinan sebagai berikut:

- a) Mengkoordinasikan pemberian layanan yang optimal kepada nasabah.
- b) Melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap perencanaan dan pelaksanaan kegiatan, penilaian dan upaya tindak lanjut pelayanan terhadap nasabah.

- c) Memfasilitasi pegawai untuk dapat mengembangkan kemampuan profesionalnya melalui berbagai kegiatan pengembangan profesi.
- d) Melakukan pengecekan terhadap semua jenis barang jaminan yang disimpan serta memastikan bahwa barang yang dijamin nasabah disimpan dengan benar.
- e) Mengadakan kerjasama dengan pihak luar, seperti instansi-instansi pemerintah, lembaga keuangan lainnya.

## 2) Penaksir

Bertugas menaksir *marhun* (barang jaminan) untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan. Secara organisatoris pimpinan cabang bertanggung jawab langsung kepada pimpinan wilayah dan juga membantu kelancaran pelaksanaan tugas di kantor cabang.

## 3) Pemasaran

Bertugas untuk keseluruhan fungsi pemasaran dalam sebuah perusahaan. Mereka bertanggung jawab untuk penawaran, penjualan. Cakupan pekerjaan divisi ini dapat mencakup riset pasar, iklan, pelayanan langsung.

## 4) Kasir

Bertugas melakukan penerimaan, penyimpanan dan pembayaran serta pembukuan dan pengontrol uang kas masuk dan keluar dan tanggung jawabnya sebagai berikut:

- a) Memberikan form kepada nasabah yang akan mengajukan kredit kepada perusahaan.
- b) Meminta nasabah untuk menunjukkan kartu identitas beserta foto copy dan melakukan pengecekan identitas.
- c) Membantu nasabah dalam menghitung besarnya biaya yang harus dikeluarkan terhadap kredit yang akan dicairkan.
- d) Mencetak dan memberikan bukti pembayaran yang akan dilakukan nasabah.
- e) Menghitung uang yang akan diterima nasabah dicocokkan dengan bukti pembayaran yang telah dicetak sebelumnya.

**e. Produk dan Jasa yang Digunakan Pegadaian Syariah**

1) Amanah (Kendaraan Baru)

Pembiayaan amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun pengusaha makro, untuk memiliki motor untuk mobil dengan cara angsuran.

2) Rahn (Gadai Emas/Elektronik)

Pembiayaan Rahn (Gadai Syariah) dari pegadaian syariah adalah solusi yang tepat untuk butuh dana yang cepat yang sesuai syariah. Prosesnya cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan atau elektronik.

3) Arrum BPKB

Pembiayaan Arrum (Ar Rahn untuk usaha mikro) pada Pegadaian Syariah memudahkan para usaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan kendaraan. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Maksimalkan daya guna kendaraan anda.

4) Arrum Haji (Daftar Haji)

Pembiayaan Arrum Haji pada Pegadaian Syariah adalah layanan yang memberikan anda kemudahan pendaftaran dan pembiayaan haji.

5) Rahn Tasjily Tanah (Sertifikat)

Rahn Tasjily Tanah merupakan salah satu produk yang ditawarkan Pegadaian Syariah dimana nasabah menyerahkan sertifikat tanah sebagai jaminan kepada pihak pegadaian. Setelah menyerahkan dokumen sertifikat tanah, selanjutnya nasabah diberi uang pinjaman oleh pihak pegadaian.

6) Logam Mulia

Produk Mulia adalah program Pegadaian Syariah yang menawarkan investasi yang menarik kepada nasabah. Program mulia ini memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan logam mulia oleh Pegadaian secara tunai atau angsuran sampai dengan 36 bulan. Nasabah dapat memilih logam mulia dengan variasi berat mulai dari 1gr, 2gr, 5gr, 10gr, 25gr, 50gr, 100gr, 250gr dan 1kg.

## 7) Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

## 2. Deskripsi Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Tabungan Emas yang menjadi responden. Kuesioner yang di peroleh dari responden tersebut merupakan suatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden. Adapun berikut beberapa karekteristik responden yang di maksud meliputi:

### a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	22	23,9%
2.	Perempuan	70	76,1%
<b>Total</b>		92	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui bahwa dari 92 responden yang diteliti, terdapat 22 responden atau 23,9% yang berjenis kelamin laki-laki dan 70 responden atau 76,1% yang berjenis kelamin perempuan. Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berjenis kelamin perempuan.

**b. Usia Responden**

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	< 20 tahun	2	2,2%
2.	20-30 tahun	44	47,8%
3.	31-40 tahun	29	31,5%
4.	> 40 tahun	17	18,5%
<b>Total</b>		92	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 di atas diketahui bahwa dari 92 responden yang diteliti, terdapat 2 responden atau 2,2% yang memiliki tingkat usia < 20 tahun, untuk usia antara 20-30 tahun sebanyak 44 responden atau 47,8%, dan antara 31-40 tahun sebanyak 29 responden atau 31,5%, sedangkan usia > 40 tahun sebanyak 17 responden atau 18,5%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diteliti memiliki tingkat usia antara 20-30 tahun.

### c. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	Tidak sekolah	-	-
2.	SD/ sederajat	-	-
3.	SMP/ sederajat	-	-
4.	SMA/ sederajat	46	50%
5.	Diploma	19	20,7%
6.	S1	26	28,3%
7.	S2	1	1%
<b>Total</b>		92	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 di atas diketahui bahwa dari 92 responden yang diteliti, terdapat 46 responden atau 50% yang berpendidikan terakhir SMA/ sederajat, untuk pendidikan terakhir Diploma sebanyak 19 responden atau 20,7% dan pendidikan terakhir S1 sebanyak 26 responden atau 28,3%, sedangkan pendidikan terakhir S2 sebanyak 1 responden atau 1%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendidikan terakhir SMA/ sederajat.



#### d. Pekerjaan Responden

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	12	13%
2.	PNS/Guru/TNI/Polri	16	17,4%
3.	Pegawai Swasta	29	31,5%
4.	Wiraswasta	24	26,1%
5.	Ibu Rumah Tangga	11	12%
<b>Total</b>		92	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 di atas diketahui bahwa responden berdasarkan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 12 responden atau 13%, sebagai PNS/Guru/TNI/Polri sebanyak 16 responden atau 17,4%, sebagai pegawai swasta sebanyak 29 responden atau 31,5%, sebagai wiraswasta sebanyak 24 responden dengan persentase 26,1%, sebagai ibu rumah tangga sebanyak 11 responden dengan persentase 12%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diteliti bekerja sebagai pegawai swasta.

### e. Pendapatan Responden

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp. 1.000.000	8	8,7%
2.	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	43	46,7%
3.	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	35	38,1%
4.	> Rp. 5.000.000	6	6,5%
<b>Total</b>		92	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 di atas diketahui bahwa dari 92 responden yang diteliti, terdapat 8 responden atau 8,7% yang memiliki pendapatan < Rp. 1.000.000, untuk pendapatan Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000 sebanyak 43 responden atau 46,7%, dan pendapatan Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000 sebanyak 35 responden atau 38,1%, sedangkan pendapatan > Rp. 5.000.000 sebanyak 6 responden atau 6,5%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diteliti memiliki pendapatan Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang dikumpulkan berdistribusi secara normal atau tidak, dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov* untuk mengetahui apakah distribusi terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.68505986
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.058
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

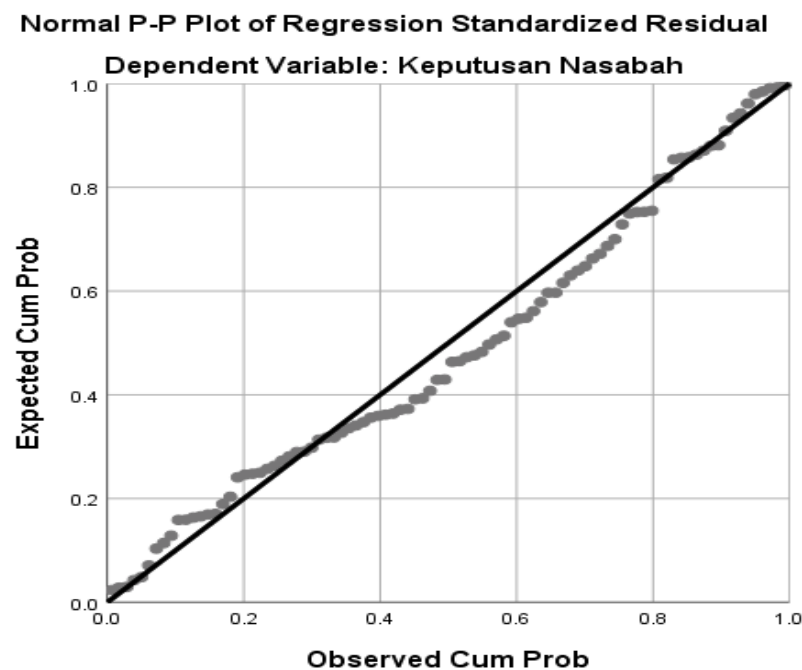
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Olah data SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* dapat diperoleh hasil nilai asymp.sig sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Sehingga diketahui nilai sig 0,200 > 0,05 yang berarti dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Dari gambar diatas, dapat diketahui bahwa nilai residual tersebut normal. Hal ini dapat dilihat dengan titik-titik yang menyebar disekitar garis dan mengikuti diagonal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Pada penelitian ini uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	4.679	2.866			1.633	.106		
	Promosi	.355	.091	.328		3.897	.000	.657	1.522
	Perubahan Harga Emas	.546	.087	.526		6.251	.000	.657	1.522

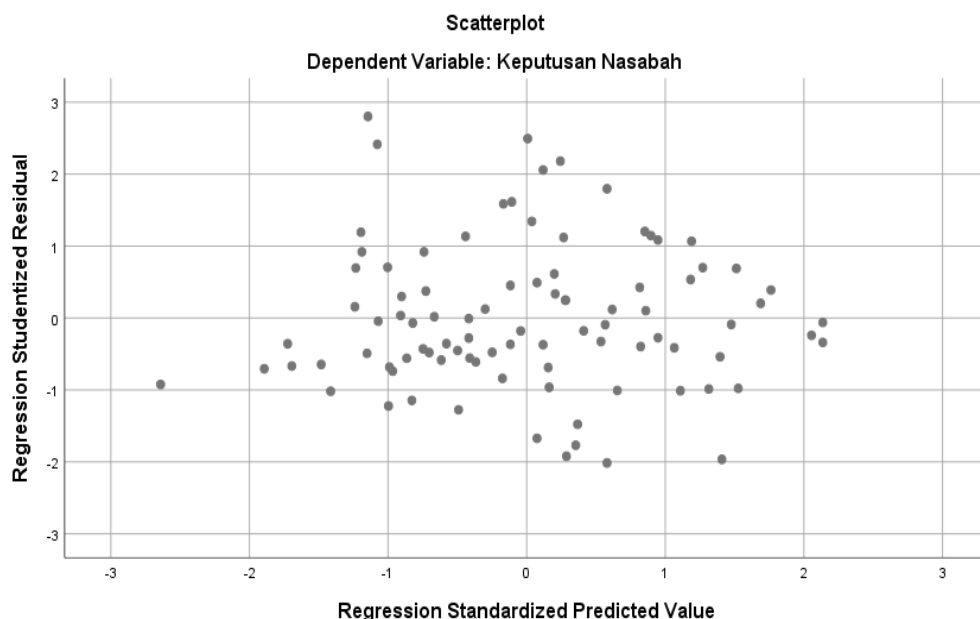
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 25, 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dua variabel independen yaitu promosi ( $X_1$ ) dan perubahan harga emas ( $X_2$ ) memiliki nilai tolerance  $0,657 > 0,1$  atau nilai VIF  $1,522 < 10,00$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.



Sumber: Olah data SPSS 25, 2022

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan data diatas menggunakan metode *Scatterplot*, dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 serta penyebaran titik-titik tidak berbentuk pola tertentu. Hal ini membuktikan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai metode analisis data. Regresi berganda digunakan karena terdapat lebih dari satu variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Promosi ( $X_1$ ) dan Perubahan Harga Emas ( $X_2$ ) serta memiliki satu variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah ( $Y$ ). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi berganda seperti pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.679	2.866		1.633	.106
	Promosi	.355	.091	.328	3.897	.000
	Perubahan Harga Emas	.546	.087	.526	6.251	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel koefisien regresi diatas maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,679 + 0,355X_1 + 0,546X_2 + e$$

Hasil analisis dari persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 4,679, artinya jika promosi ( $X_1$ ) dan perubahan harga emas ( $X_2$ ) nilainya adalah 0, maka keputusan nasabah ( $Y$ ) sebesar 4,679.
- Nilai koefisien  $X_1$  sebesar 0,355, maka setiap terjadi kenaikan satu satuan pada promosi ( $X_1$ ) akan mengakibatkan kenaikan sebesar 0,355 pada variabel keputusan nasabah ( $Y$ ).
- Nilai koefisien  $X_2$  sebesar 0,546, maka setiap terjadi kenaikan satu satuan pada perubahan harga emas ( $X_2$ ) akan mengakibatkan kenaikan sebesar 0,546 pada variabel keputusan nasabah ( $Y$ ).

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji T (Persial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dimana jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dikatakan signifikan. Atau dapat melihat nilai signifikannya, jika nilai  $sig. < 0,05$ , maka dapat dikatakan mempunyai pengaruh signifikan.

Hipotesis yang akan di uji menggunakan uji t yaitu:

$H_0$ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

$H_1$ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 4.9 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.679	2.866		1.633	.106
	Promosi	.355	.091	.328	3.897	.000
	Perubahan Harga Emas	.546	.087	.526	6.251	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Olah data SPSS 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang ada.



- 1) Pengaruh variabel Promosi ( $X_1$ ) terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y)

Dari hasil output pada tabel 4.10 diketahui bahwa nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $3,897 > 1,987$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis  $H_1$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap variabel keputusan nasabah.

- 2) Pengaruh variabel Perubahan Harga Emas ( $X_2$ ) terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y)

Dari hasil output pada tabel 4.10 diketahui bahwa nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $6,251 > 1,987$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis  $H_1$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel perubahan harga emas terhadap variabel keputusan nasabah.

#### **b. Uji F (Simultan)**

Uji F digunakan untuk menentukan signifikan atau tidaknya suatu variabel independen secara simultan (bersama-sama) dalam mempengaruhi variabel dependen. Hasil output penghitungan regresi sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_1$  ditolak.
- 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  dan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_1$  diterima.

Tabel 4.10 Hasil Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1749.413	2	874.707	62.997	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1235.750	89	13.885		
	Total	2985.163	91			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Perubahan Harga Emas, Promosi

Sumber: Olah data SPSS 25, 2022

Dari hasil output diatas diketahui bahwa variabel promosi dan perubahan harga emas terhadap variabel keputusan nasabah memiliki nilai sebesar 62,997 dengan signifikansi 0,000. Diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $62,997 > 3,098$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi ( $X_1$ ) dan perubahan harga emas ( $X_2$ ) terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ).

### c. koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil dari uji determinasi:

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 <sup>a</sup>	.586	.577	3.72623

a. Predictors: (Constant), Perubahan Harga Emas, Promosi

Sumber: Olah data SPSS 25, 2022

Dari hasil output diatas menunjukkan bahwa nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,586 yang artinya bahwa variabel promosi dan perubahan harga emas dapat menjelaskan variabel keputusan nasabah sebesar 58,6% dan sisanya 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## **B. Pembahasan**

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Dari hasil analisis maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diketahui bahwa nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $3,897 > 1,987$  yang berarti variabel  $X_1$  (promosi) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel  $Y$  (keputusan nasabah) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga apabila setiap terjadi peningkatan promosi maka akan meningkat keputusan nasabah. Hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Fitria Suryaningasih (2021) dengan hasil yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian produk menunjukkan

hubungan yang sangat kuat, sehingga semakin tinggi promosi maka keputusan pembelian produk tabungan emas pegadaian juga semakin tinggi.

Hal ini sesuai dengan teori menurut Muslichah bahwa promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Hal ini dapat menunjukkan bahwa promosi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Pengaruh promosi yang bagus dan dengan intensitas yang tinggi akan menjadikan nasabah mengenal dan ada rasa penasaran terhadap produk yang dipromosikan. Sehingga ketika nasabah akan mengambil suatu keputusan, promosi termasuk pertimbangan yang paling utama, karena promosi bertujuan sebagai sarana informasi bagi nasabah dalam memutuskan menggunakan suatu produk.

## **2. Pengaruh Perubahan Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diketahui bahwa nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $6,251 > 1,987$  yang berarti variabel  $X_2$  (perubahan harga emas) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel  $Y$  (keputusan nasabah) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga apabila setiap terjadi peningkatan perubahan harga emas maka akan meningkat keputusan nasabah. Hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh perubahan harga emas

terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Retno Haditia Paungkas (2021) dengan hasil yang menyatakan bahwa fluktuasi harga emas berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi nasabah.

Hal ini menunjukkan bahwa emas masih berharga, dimana dengan harga emas yang turun, masyarakat dapat melakukan pembelian emas, sebaliknya bila harga emas naik, maka masyarakat dapat melakukan penjualan atas emas yang dimilikinya. Hal tersebut merupakan dampak dari fluktuasi harga emas terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas. Seperti hasil penelitian Choirunnisa (2018) bahwa fluktuasi harga emas merupakan hal yang berdampak kepada keputusan nasabah untuk membeli emas.

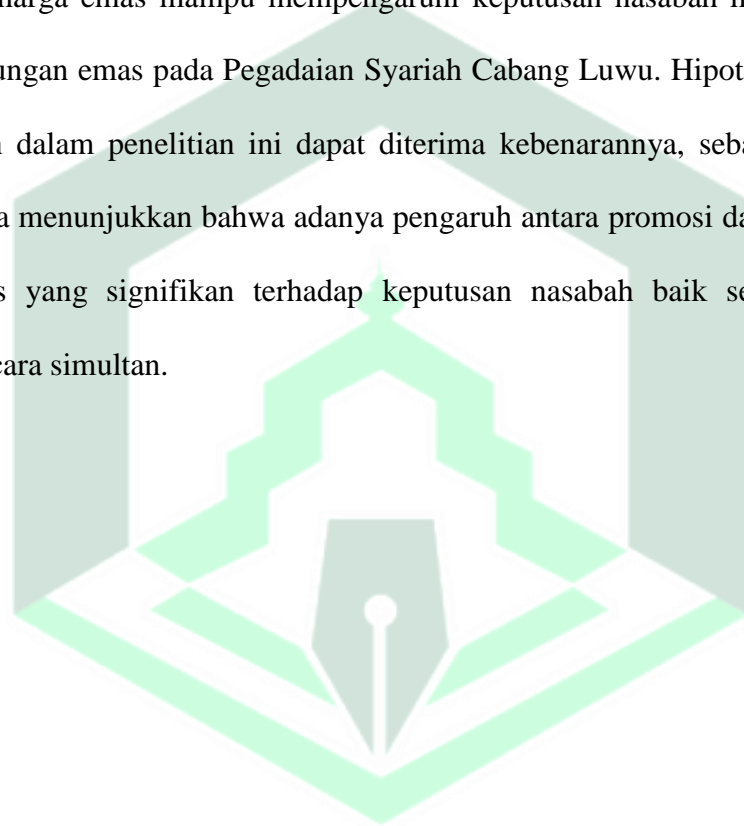
### **3. Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diketahui bahwa nilai nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $62,997 > 3,098$  dan nilai signifikansi  $< 0.05$  atau  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan perubahan harga emas terhadap keputusan nasabah.

Promosi dan perubahan harga emas secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, hal ini berarti bahwa apabila promosi dan perubahan harga emas secara bersama-sama mengalami peningkatan akan mengakibatkan keputusan nasabah mengalami peningkatan pula. Begitu juga

sebaliknya apabila promosi dan perubahan harga emas secara bersama-sama mengalami penurunan akan mengakibatkan keputusan nasabah mengalami penurunan pula.

Dari penjelasan beserta analisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan perubahan harga emas mampu mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Hipotesis Ha yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima kebenarannya, sebab dari hasil analisis data menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara promosi dan perubahan harga emas yang signifikan terhadap keputusan nasabah baik secara parsial maupun secara simultan.



**IAIN PALOPO**

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah yang diajukan, hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolah data dan diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,897 > 1,987$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang artinya bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah.
2. Perubahan harga emas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolah data dan diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6,251 > 1,987$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang artinya bahwa perubahan harga emas berpengaruh terhadap keputusan nasabah.
3. Promosi dan perubahan harga emas berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolah data dan diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $62,997 > 3,098$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang artinya bahwa promosi dan perubahan harga emas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pegadaian Syariah Cabang Luwu, dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan perubahan harga emas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Maka pihak pegadaian dapat mempertahankan serta meningkatkan promosi dan memperhatikan perubahan harga emas. Sehingga pada akhirnya, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk memperhatikan variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian ini karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah pada produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu.



## DAFTAR PUSTAKA

- Auladi, Afriyan Farkhan, "Pengaruh Strategi Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah untuk Berinvestasi di PT. Pegadaian Cabang Kebumen", Skripsi, Purwokerto: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri, 2021.
- Bassam, Abdullah bin Abdurrahman Ali, *Syarah Hadits Pilihan Bukhari-Muslim*, Jakarta: DARUL-FALAH, 2002.
- Choirunnisa, "Analisis Fluktuasi Harga Emas terhadap Pendapatan Pegadaian Syariah di Indonesia", Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Darma, Budi, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*, Bogor: GUEPEDIA, 2021.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, CV Penerbit Diponegoro; Bandung, 2010.
- Fajri, A Nur Wahana, "Analisis Prinsip Ekonomi Islam terhadap Operasional Produk Investasi Emas pada Pegadaian Syariah", Skripsi, Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.
- Faren, Fauziah, "Mekanisme Tabungan Emas Dengan Penggunaan Sistem Online Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jombang", Skripsi, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019.
- Fasiha, "Akad Murabahah dan Permasalahannya dalam Penerapan di LKS", *Jurnal Muamalah*, Vol.5, No.1, 2015: 13, <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/666>
- Hasibuan, Masnu Roida, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Jual- Beli Emas Mulia Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan", Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017.
- Hasibuan, Nila Sari, "Analisis Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan", Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2021.
- Hidayah, Aulia, Hilal Malarangan dan Fatma Fatma, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syari'ah", *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol.1, No.2, 2019. <https://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi>

- Hidayat, Taufik, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta Selatan: PT. Trans Media, 2011), 55.
- Iskandar, Jihan, “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn”, Skripsi, Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Jannah, Sinta Ardhillatul, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar III Muara Enim”, Skripsi, Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2017.
- Kamal, Fasiha, “Manajemen Resiko dan Resiko dalam Islam”, *Jurnal Muamalah*, Vol.4, No.2, 2014: 98.  
<http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/781>
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Klaten: PT Intan Sejati Klaten, 2005.
- Kurniawan, Heru, *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Liasari, Okta, “Efektifitas Pemasaran Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Semangka Kota Bengkulu”, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2017.
- Maharani, Nine Septa, “Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas”, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, Vol.1, No.1, 2020.  
<https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna/article/view/702>
- Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*, Jakarta: PT Grasindo, 2005.
- Mustafa, Ahmad, *Tafsir Al-Maragi*, Semarang: CV. Toha Putra Semarang, 1992.
- Nawawi, Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer; Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. *Akuntansi Syariah di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Pamungkas, Retno Haditia, “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Bertransaksi Nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan”, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021.

- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati", *Jurnal STIE Semarang*, Vol.8, No.2, 2016. <https://www.neliti.com/id/publications/133954/pengaruh-kualitas-produk-harga-promosi-dan-brand-image-terhadap-keputusan-pembel>
- Salim, Agus, "Strategi Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Pt Pegadaian (Persero) Cabang Pangkep", Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020.
- Salim, Joko, *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini*, Jakarta: Visimedia, 2010.
- Sari, Novita dan Khusnul Fikriyah, "Pengaruh Promosi Islami terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas di Unit Pegadaian Syariah JMP Surabaya", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol.4, No.1, 2021. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/12852>
- Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, 2017.
- Sodik, Muhammad, "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah", Skripsi, Bandar Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.
- Soematri, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Suci, Widya, "Pengaruh Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Al-Islam Di Sma Muhammadiyah 1 Gisting Kabupaten Tanggamus Tahun Pelajaran 2019/2020", Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2020.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharto, Frento T, *Harga Emas Naik atau Turun Kita Tetap Untung*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2013.S
- Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Surya, Yohanes, *Ekonofisika dan Nobel Ekonomi*, Jakarta: Kompas, 2007.
- Suryaningasih, Fitria, "Pengaruh Promosi Motivasi dan Digitalisasi Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Emas di Pegadaian UPC Ajibarang", Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri, 2021.
- Swastha, Basu, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty, 2002.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: ANDI, 2015.



**IAIN PALOPO**



**LAMPIRAN**

**IAIN PALOPO**

*Lampiran 1: Kuesioner Penelitian*

## **KUESIONER PENELITIAN**

Bapak/Ibu/Saudara(i) terhormat,

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saya mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo:

Nama : Reski Widyasari

NIM : 17 0402 0135

Sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat kelulusan sarjana, dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu”**. Untuk itu saya melakukan penyebaran angket kuesioner guna mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

Sehubungan dengan hal diatas saya mohon Bapak/Ibu/Saudara/i, bersedia meluangkan waktu dan berkenan memberikan jawaban pada angket yang telah disediakan. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i, merupakan informasi yang sangat berarti, oleh karena itu kelengkapan pengisian angket dan kejujuran dalam menjawab pernyataan sangat saya harapkan. Perlu diketahui, angket kuesioner yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i isi, hanya akan digunakan untuk penelitian dan tidak akan digunakan untuk keperluan lainnya.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah bersedia membantu dalam pengisian angket kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,



Reski Widyasari

## A. Identitas Responden

Nama : \_\_\_\_\_

Alamat : \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Umur :  < 20 tahun  31-40 tahun  
 21-30 tahun  > 40 tahun

Pendidikan Terakhir :  Tidak sekolah  Diploma  
 SD/ sederajat  S1  
 SMP/ sederajat  S2  
 SMA/ sederajat

Pekerjaan :  Pelajar/ Mahasiswa  Wiraswasta  
 PNS/ Guru/ TNI/ Polri  Ibu Rumah Tangga  
 Pegawai Swasta

Pendapatan :  < Rp. 1.000.000  
 Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000  
 Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000  
 > Rp. 5.000.000

## B. Petunjuk Pengisian

Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk memberikan tanggapan yang sesuai atas pernyataan-pernyataan berikut dengan memilih skor yang tersedia dengan tanda (√) pada salah satu alternatif jawaban.

Skor jawaban adalah sebagai berikut:

Keterangan	(SS) Sangat Setuju	(S) Setuju	(N) Netral	(TS) Tidak Setuju	(STS) Sangat Tidak Setuju
Skor	5	4	3	2	1

**Variabel Promosi (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>PERIKLANAN</b>						
1.	Saya memilih tabungan emas karena melihat iklannya di media sosial yang menarik					
2.	Saya memilih tabungan emas karena melihat iklannya di spanduk					
3.	Saya memilih tabungan emas karena melihat iklannya di brosur					
<b>TENAGA PENJUALAN</b>						
1.	Pegawai pegadaian menjelaskan dengan baik tentang produk tabungan emas					
2.	Pegawai pegadaian memberikan respon yang baik terhadap pertanyaan nasabah					
3.	Pegawai pegadaian menjalin komunikasi yang baik dengan para nasabah					
<b>PEMASARAN LANGSUNG</b>						
1.	Pegawai pegadaian secara langsung tatap muka dengan nasabah untuk mempromosikan produk tabungan emas					
2.	Pegawai pegadaian memberikan penjelasan tentang informasi produk secara menarik dan informatif					
3.	Penjelasan produk melalui pegawai pegadaian disampaikan dengan jelas dan bahasa yang mudah dipahami					



**Variabel Perubahan Harga Emas (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>KETIKA HARGA EMAS TINGGI</b>						
1.	Ketika harga emas naik saya cenderung menjualnya					
2.	Ketika harga emas naik saya mempertimbangkan membeli emas					
3.	Ketika harga emas naik saya menunda menggunakan produk tabungan emas sampai harga emas stabil atau turun					
<b>KETIKA HARGA EMAS TURUN</b>						
1.	Ketika harga emas turun saya cenderung membelinya					
2.	Ketika harga emas turun saya tidak akan menjualnya					
3.	Ketika harga emas turun saya akan menabung emas di Pegadaian Syariah					
<b>KETIKA HARGA EMAS STABIL</b>						
1.	Saya akan menjual emas berapapun tanpa pandang naik turunnya harga emas					
2.	Saya akan membeli emas berapapun tanpa pandang naik turunnya harga emas					
3.	Walaupun harga emas stabil saya akan tetap menabung di Pegadaian Syariah					

**Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Pengenalan Masalah</b>						
1.	Saya menggunakan tabungan emas karena membutuhkannya untuk masa depan					
2.	Saya menggunakan tabungan karena tertarik dengan promosi yang ditawarkan					
3.	Saya memiliki keinginan yang sangat tinggi untuk menggunakan produk tabungan emas					
<b>Pencarian Informasi</b>						
1.	Saya tidak mendapatkan hambatan dalam memperoleh informasi tentang tabungan emas pada Pegadaian Syariah					
2.	Saya tertarik memiliki tabungan emas setelah mendapatkan informasi					
3.	Saya mendapatkan informasi tentang tabungan emas dari orang lain					
<b>Evaluasi Pasca Pembelian</b>						
1.	Saya akan mempromosikan produk tabungan emas kepada keluarga, kerabat dan teman untuk menggunakan produk tabungan emas					
2.	Saya merasa puas menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah					

3.	Saya akan tetap menjadi nasabah tabungan emas di Pegadaian Syariah					
----	--	--	--	--	--	--

**\*Terima Kasih\***



**IAIN PALOPO**

Lampiran 2: Tabulasi Data

**TABULASI DATA**

**PENGARUH PROMOSI DAN PERUBAHAN HARGA EMAS TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN EMAS DI  
PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU**

Responden	Promosi (X1)									Total X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	2	2	4	5	5	5	3	4	5	35
2	5	4	3	5	5	5	4	5	5	41
3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	41
4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	35
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
6	4	3	3	4	5	5	5	5	5	39
7	4	3	3	4	4	4	3	4	4	33
8	4	3	3	3	4	4	4	5	5	35
9	3	2	2	4	5	2	4	4	4	30
10	3	3	3	4	4	4	2	3	5	31
11	5	4	5	4	5	4	4	4	4	39
12	5	4	4	4	5	4	5	5	5	41
13	2	3	4	3	3	3	3	3	3	27
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	4	4	3	3	4	5	4	4	5	36
16	4	1	1	4	4	4	4	4	5	31
17	3	4	4	3	4	4	3	4	3	32
18	4	3	2	4	5	4	5	4	4	35
19	4	4	3	3	3	3	3	4	4	31
20	5	4	3	4	4	4	5	3	4	36
21	3	4	4	5	5	5	4	4	5	39
22	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
24	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
25	1	2	4	3	3	3	3	3	3	25
26	4	3	3	4	5	5	4	5	5	38
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
28	2	3	3	5	5	5	5	5	5	38





11	5	4	3	5	4	4	3	3	3	34
12	4	5	4	5	4	4	3	3	3	35
13	3	3	4	3	3	4	3	4	3	30
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	4	5	4	5	5	4	3	4	4	38
16	5	5	5	5	5	5	2	1	4	37
17	4	3	5	5	1	3	4	1	3	29
18	4	3	4	5	5	4	2	3	4	34
19	4	4	4	5	5	3	4	3	4	36
20	4	3	3	5	5	3	5	4	3	35
21	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
22	2	4	3	3	4	2	3	3	3	27
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
25	4	5	3	5	5	4	3	3	3	35
26	4	3	3	4	5	4	3	3	4	33
27	5	5	4	5	5	4	3	4	5	40
28	4	5	5	4	5	4	2	1	3	33
29	5	5	5	5	5	5	2	2	5	39
30	3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
31	3	4	3	5	4	4	2	3	3	31
32	4	5	5	5	5	5	3	3	4	39
33	3	1	2	4	5	3	1	1	3	23
34	5	4	2	5	5	4	1	3	5	34
35	3	4	2	3	2	3	3	2	3	25
36	3	2	3	2	4	5	3	4	3	29
37	4	3	2	3	5	4	4	3	2	30
38	5	4	4	5	4	5	4	3	2	36
39	5	4	2	4	2	2	4	3	5	31
40	3	3	3	3	3	4	4	4	2	29
41	4	3	4	4	2	3	4	3	2	29
42	2	3	1	3	2	1	3	1	3	19
43	5	4	4	5	5	4	5	3	5	40
44	4	3	3	4	4	3	3	4	3	31
45	4	5	3	5	5	5	5	3	5	40
46	5	5	4	3	5	3	3	2	3	33
47	3	5	5	5	5	5	3	2	2	35
48	5	5	4	4	3	3	3	3	3	33
49	3	4	3	4	4	4	1	1	3	27

50	3	3	2	3	4	4	3	3	4	29
51	4	3	2	5	5	4	4	4	5	36
52	2	3	3	4	4	3	1	1	3	24
53	5	5	4	4	5	5	2	2	4	36
54	5	5	5	5	5	5	3	3	4	40
55	3	5	4	5	5	4	2	2	3	33
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
57	3	2	3	4	5	5	1	3	4	30
58	4	4	3	5	5	4	5	5	5	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
60	4	3	3	4	4	3	3	3	4	31
61	5	2	4	5	2	2	4	4	3	31
62	4	3	4	3	3	3	4	3	3	30
63	4	4	4	5	4	4	3	3	3	34
64	5	4	3	5	4	5	3	3	5	37
65	4	5	5	5	5	5	5	3	5	42
66	4	4	5	5	5	5	4	4	5	41
67	4	3	4	5	2	5	3	3	5	34
68	4	3	3	4	4	3	4	4	3	32
69	5	1	3	5	5	5	1	1	3	29
70	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
71	5	5	5	5	5	4	2	1	4	36
72	5	2	4	5	5	2	2	2	4	31
73	4	2	2	4	5	4	1	1	4	27
74	4	5	4	4	5	5	4	5	5	41
75	4	5	3	4	5	3	5	4	4	37
76	5	5	3	5	5	3	1	1	3	31
77	4	4	2	4	4	3	2	2	3	28
78	3	2	3	2	2	5	3	3	4	27
79	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
80	4	5	4	4	5	4	3	2	3	34
81	4	5	4	4	5	4	2	2	3	33
82	3	4	4	5	3	4	4	3	4	34
83	3	4	4	5	4	5	4	5	4	38
84	5	5	4	5	5	5	3	3	3	38
85	5	5	4	5	5	5	3	2	4	38
86	4	5	4	4	5	5	4	4	5	40
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
88	4	3	2	3	4	3	2	1	3	25



89	4	4	4	5	5	5	3	3	3	36
90	5	4	3	4	5	4	3	4	5	37
91	4	3	4	4	3	4	5	4	3	34
92	4	5	4	5	4	5	5	4	5	41

Responden	Keputusan Nasabah (Y)									Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	5	2	5	4	4	4	3	3	3	33
2	4	4	3	4	5	5	4	5	5	39
3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	41
4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	33
5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
6	3	3	3	4	3	4	5	4	5	34
7	5	3	3	3	4	4	3	3	3	31
8	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
9	4	2	2	2	3	2	3	4	4	26
10	3	3	4	4	5	5	5	4	4	37
11	5	4	5	3	3	5	4	5	4	38
12	5	4	4	4	5	4	3	5	4	38
13	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
17	3	3	5	3	5	3	3	3	4	32
18	4	4	3	3	4	3	5	4	5	35
19	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
20	4	4	4	3	3	4	4	3	4	33
21	5	5	5	5	4	4	3	3	5	39
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
23	5	3	3	3	5	4	4	4	4	35
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
25	5	3	5	3	4	1	5	4	4	34
26	5	5	5	5	3	3	4	4	4	38
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
28	5	3	3	4	3	3	3	3	3	30
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
30	3	3	4	4	3	3	4	3	4	31
31	4	3	5	4	4	4	4	4	4	36

32	4	3	3	3	4	3	3	3	5	31
33	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
34	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
35	4	3	3	2	3	2	3	2	3	25
36	3	4	3	3	4	2	3	4	3	29
37	5	4	3	5	4	3	5	3	3	35
38	5	4	3	4	3	2	3	2	4	30
39	5	4	3	3	2	4	5	3	3	32
40	5	4	3	3	4	5	3	2	4	33
41	5	4	3	4	3	2	4	3	3	31
42	4	3	2	1	2	3	1	2	3	21
43	5	5	4	4	5	4	3	4	5	39
44	4	3	4	4	3	3	3	4	5	33
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
46	5	3	3	3	3	3	3	3	3	29
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
48	4	4	4	3	4	3	3	3	4	32
49	3	3	2	3	3	3	2	4	4	27
50	4	3	3	3	3	4	3	3	3	29
51	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
52	5	3	3	3	3	3	3	3	3	29
53	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
54	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
55	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
57	5	5	5	5	5	4	5	4	3	41
58	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
59	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
60	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
61	4	2	4	3	5	5	3	3	3	32
62	3	4	3	3	3	2	3	5	4	30
63	4	3	3	3	3	3	4	4	5	32
64	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
66	5	5	4	5	5	4	5	5	4	42
67	5	4	5	4	4	5	5	4	5	41
68	4	3	3	3	3	4	3	5	3	31
69	5	2	3	4	4	3	3	2	2	28
70	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44

71	5	3	3	4	3	2	5	4	3	32
72	5	4	3	3	4	3	4	3	3	32
73	5	4	4	4	5	4	4	5	5	40
74	5	5	4	4	5	4	5	4	4	40
75	5	4	4	4	3	3	5	4	3	35
76	5	4	4	1	4	1	5	5	3	32
77	4	3	3	5	4	3	5	4	4	35
78	5	4	3	3	3	2	4	3	4	31
79	3	4	5	4	4	5	4	5	4	38
80	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39
81	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
82	5	4	4	5	4	5	4	3	4	38
83	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
84	5	5	5	4	5	4	4	5	3	40
85	5	5	4	5	5	4	5	5	5	43
86	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
87	5	5	5	5	5	5	4	4	3	41
88	5	4	3	4	3	4	4	3	4	34
89	5	4	4	4	5	5	4	4	3	38
90	3	4	5	4	5	4	3	4	5	37
91	5	4	3	4	3	5	4	3	4	35
92	5	4	3	4	5	4	4	4	5	38



**IAIN PALOPO**

Lampiran 3: Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

**Frequencies**

**Statistics**

		Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
N	Valid	92	92	92	92	92
	Missing	0	0	0	0	0

**Frequency Table**

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	22	23.9	23.9	23.9
	Perempuan	70	76.1	76.1	100.0
Total		92	100.0	100.0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20	2	2.2	2.2	2.2
	20-30	44	47.8	47.8	50.0
	31-40	29	31.5	31.5	81.5
	> 40	17	18.5	18.5	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

### Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/ sederajat	46	50.0	50.0	50.0
	Diploma	19	20.7	20.7	70.7
	S1	26	28.3	28.3	99.0
	S2	1	1.0	1.0	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/ Mahasiswa	12	13.0	13.0	13.0
	PNS/ Guru/ TNI/ Polri	16	17.4	17.4	30.4
	Pegawai Swasta	29	31.5	31.5	62.0
	Wiraswasta	24	26.1	26.1	88.0
	Ibu Rumah Tangga	11	12.0	12.0	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

### Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	8	8.7	8.7	8.7
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	43	46.7	46.7	55.4
	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	35	38.0	38.1	93.5
	> Rp. 5.000.000	6	6.5	6.5	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Lampiran 4: Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1. Hasil Uji Validitas

a. Promosi (X1)

		<b>Correlations</b>						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
X1.1	Pearson Correlation	1	.592**	.456*	.481**	.473**	.384*	.505**
	Sig. (2-tailed)		.001	.011	.007	.008	.036	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.592**	1	.814**	.523**	.548**	.431*	.424*
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.003	.002	.017	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.456*	.814**	1	.510**	.489**	.365*	.510**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.004	.006	.048	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.481**	.523**	.510**	1	.781**	.730**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.007	.003	.004		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.473**	.548**	.489**	.781**	1	.840**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002	.006	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.384*	.431*	.365*	.730**	.840**	1	.572**
	Sig. (2-tailed)	.036	.017	.048	.000	.000		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.505**	.424*	.510**	.649**	.671**	.572**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.020	.004	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.435*	.379*	.539**	.715**	.673**	.673**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.016	.039	.002	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.548**	.414*	.342	.665**	.608**	.608**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.002	.023	.064	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total X1	Pearson Correlation	.706**	.762**	.744**	.848**	.852**	.776**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

### Correlations

		X1.8	X1.9	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	.435*	.548**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.016	.002	.000
	N	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.379*	.414*	.762**
	Sig. (2-tailed)	.039	.023	.000
	N	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.539**	.342	.744**
	Sig. (2-tailed)	.002	.064	.000
	N	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.715**	.665**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.673**	.608**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.673**	.608**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.652**	.605**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	1	.654**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.654**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
TotalX1	Pearson Correlation	.795**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Perubahan Harga Emas (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
X2.1	Pearson Correlation	1	.360	.497**	.384*	.088	.182	.493**
	Sig. (2-tailed)		.051	.005	.036	.642	.335	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.360	1	.613**	.240	.502**	.462*	.156
	Sig. (2-tailed)	.051		.000	.201	.005	.010	.412
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.497**	.613**	1	.357	.050	.430*	.262
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.053	.792	.018	.161
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.384*	.240	.357	1	.292	.371*	.312
	Sig. (2-tailed)	.036	.201	.053		.117	.043	.093
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.088	.502**	.050	.292	1	.591**	.022
	Sig. (2-tailed)	.642	.005	.792	.117		.001	.907
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.182	.462*	.430*	.371*	.591**	1	.088
	Sig. (2-tailed)	.335	.010	.018	.043	.001		.645
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.493**	.156	.262	.312	.022	.088	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.412	.161	.093	.907	.645	
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.368*	.018	-.020	.211	.242	.215	.718**
	Sig. (2-tailed)	.045	.924	.916	.264	.197	.254	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.489**	.233	.075	.382*	.465**	.519**	.475**
	Sig. (2-tailed)	.006	.215	.692	.037	.010	.003	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total X2	Pearson Correlation	.659**	.613**	.543**	.586**	.569**	.658**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30



### Correlations

		X2.8	X2.9	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	.368*	.489**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.045	.006	.000
	N	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.018	.233	.613**
	Sig. (2-tailed)	.924	.215	.000
	N	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	-.020	.075	.543**
	Sig. (2-tailed)	.916	.692	.002
	N	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.211	.382*	.586**
	Sig. (2-tailed)	.264	.037	.001
	N	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.242	.465**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.197	.010	.001
	N	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.215	.519**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.254	.003	.000
	N	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.718**	.475**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000
	N	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	1	.657**	.647**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.657**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
TotalX2	Pearson Correlation	.647**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Keputusan Nasabah (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
Y1	Pearson Correlation	1	.604**	.565**	.688**	.465**	.564**	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.010	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.604**	1	.733**	.733**	.466**	.440*	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.010	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.565**	.733**	1	.700**	.625**	.535**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.688**	.733**	.700**	1	.588**	.582**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.465**	.466**	.625**	.588**	1	.691**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.010	.010	.000	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.564**	.440*	.535**	.582**	.691**	1	.626**
	Sig. (2-tailed)	.001	.015	.002	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.637**	.746**	.632**	.655**	.654**	.626**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.344	.658**	.352	.541**	.483**	.401*	.627**
	Sig. (2-tailed)	.063	.000	.057	.002	.007	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.355	.739**	.478**	.534**	.371*	.301	.553**
	Sig. (2-tailed)	.055	.000	.008	.002	.044	.106	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total y	Pearson Correlation	.729**	.874**	.803**	.851**	.756**	.722**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

### Correlations

		Y8	Y9	totally
Y1	Pearson Correlation	.344	.355	.729**
	Sig. (2-tailed)	.063	.055	.000
	N	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.658**	.739**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.352	.478**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.057	.008	.000
	N	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.541**	.534**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000
	N	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.483**	.371*	.756**
	Sig. (2-tailed)	.007	.044	.000
	N	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.401*	.301	.722**
	Sig. (2-tailed)	.028	.106	.000
	N	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.627**	.553**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000
	N	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	1	.702**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.702**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
Totally	Pearson Correlation	.725**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Hasil Uji Reabilitas

### a. Promosi (X1)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	9

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	31.93	30.754	.614	.912
X1.2	32.17	29.109	.670	.910
X1.3	32.47	29.775	.654	.910
X1.4	31.73	30.064	.802	.899
X1.5	31.63	30.378	.810	.899
X1.6	31.63	31.137	.715	.905
X1.7	31.77	30.530	.722	.904
X1.8	31.70	31.183	.742	.904
X1.9	31.63	31.689	.694	.907

b. Perubahan Harga Emas (X2)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	9

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	31.30	26.355	.563	.780
X2.2	31.33	25.747	.478	.788
X2.3	31.40	27.007	.410	.796
X2.4	30.93	27.306	.485	.789
X2.5	30.97	26.240	.424	.795
X2.6	31.43	25.702	.546	.780
X2.7	31.93	24.409	.508	.786
X2.8	32.07	24.064	.481	.792
X2.9	31.57	25.013	.680	.765

c. Keputusan Nasabah (Y)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	9

**Item-Total Statistics**

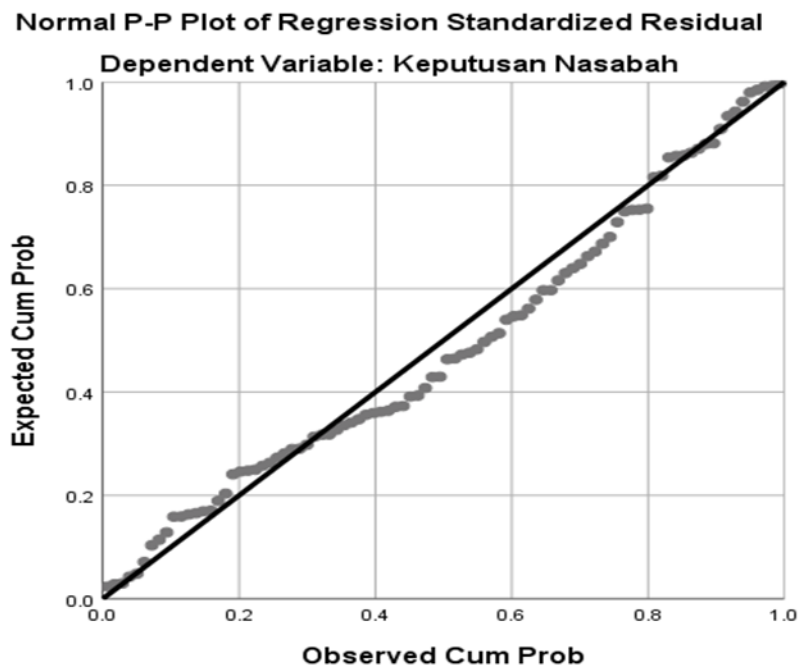
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	32.20	31.614	.666	.916
Y2	32.60	28.317	.828	.905
Y3	32.53	29.154	.737	.912
Y4	32.70	29.459	.805	.907
Y5	32.47	30.326	.685	.915
Y6	32.67	30.920	.647	.917
Y7	32.63	28.516	.826	.905
Y8	32.60	30.869	.650	.917
Y9	32.40	30.524	.638	.918

Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.68505986
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.058
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



### Coefficients<sup>a</sup>

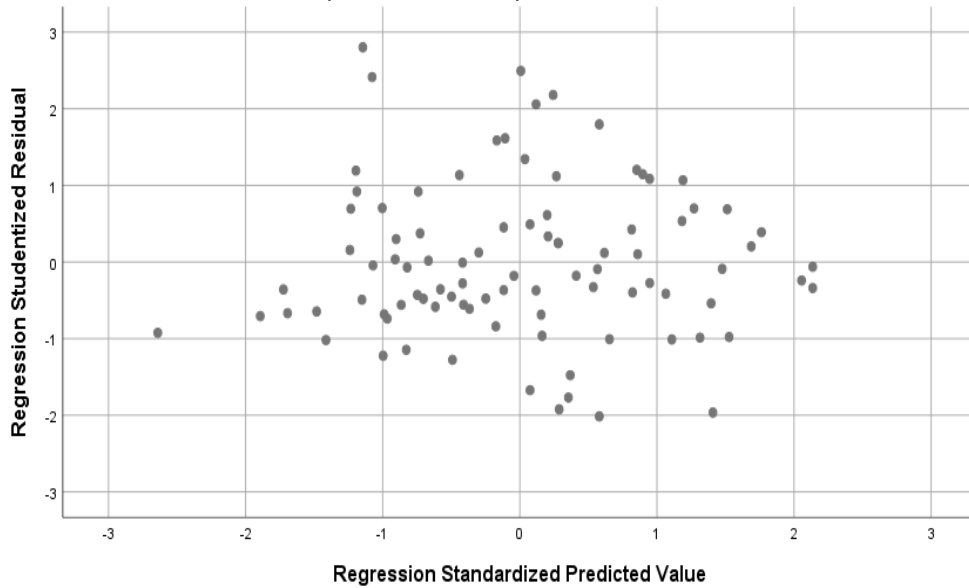
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.679	2.866		1.633	.106		
	Promosi	.355	.091	.328	3.897	.000	.657	1.522
	Perubahan Harga Emas	.546	.087	.526	6.251	.000	.657	1.522

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah



### Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Nasabah



IAIN PALOPO



Lampiran 6: Analisis Regresi Linear Berganda

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Perubahan Harga Emas, Promosi <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 <sup>a</sup>	.586	.577	3.72623

a. Predictors: (Constant), Perubahan Harga Emas, Promosi

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1749.413	2	874.707	62.997	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1235.750	89	13.885		
	Total	2985.163	91			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Perubahan Harga Emas, Promosi

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.679	2.866		1.633	.106
	Promosi	.355	.091	.328	3.897	.000
	Perubahan Harga Emas	.546	.087	.526	6.251	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Lampiran 7: Uji Hipotesis

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.679	2.866		1.633	.106
	Promosi	.355	.091	.328	3.897	.000
	Perubahan Harga Emas	.546	.087	.526	6.251	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1749.413	2	874.707	62.997	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1235.750	89	13.885		
	Total	2985.163	91			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Perubahan Harga Emas, Promosi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 <sup>a</sup>	.586	.577	3.72623

a. Predictors: (Constant), Perubahan Harga Emas, Promosi

Lampiran 8: Surat Keputusan



SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
NOMOR : 143 TAHUN 2021  
TENTANG

PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata SI, maka dipandang perlu dibentuk Pembimbing Penyusunan dan penulisan skripsi.  
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;  
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.
- Memperhatikan : Penunjukan Pembimbing Dari Ketua Prodi

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua : Tugas Dosen Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi adalah : membimbing, mengarahkan, mengoreksi, serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan panduan penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang ditetapkan pada Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2021.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan atau penulisan skripsi mahasiswa selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan didalamnya.
- Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya

Ditetapkan di : Palopo  
Pada Tanggal : 21 Juni 2021

a.n. Rektor  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Tembusan :

1. Kabiro AUAK;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;
3. Pertinggal.

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : 143 TAHUN 2021  
TENTANG  
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI  
MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

---

- I Nama Mahasiswa : Reski Widyasari  
NIM : 17 0402 0135  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah
- II Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Kota Palopo**
- III Pembimbing Utama : Akbar Sabani, S.E.I., M.E.

Palopo, 21 Juni 2021  
a.n. Rektor  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam,  
  
Ramlah M



IAIN PALOPO

SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
NOMOR : 34 TAHUN 2022  
TENTANG

PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian seminar hasil dan ujian munaqasyah bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah;
- b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.

Memperhatikan : Penunjukan Penguji dari Ketua Prodi

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua : Tugas Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
- Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2022.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.
- Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo  
Pada Tanggal : 04 Februari 2022



Rektor  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Tembusan :

1. Kabiرو AUAK;
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Pertiinggal

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NOMOR : 34 TAHUN 2022  
TENTANG  
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO

---

- I. Nama Mahasiswa : Reski Widyasari  
NIM : 17.0402.0135  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi dan Perubahan Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu.**
- III. Tim Dosen Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Hj. Ramlah M, M.M.  
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.  
Penguji Utama (I) : Dr. Fasiha, M.EI.  
Pembantu Penguji (II) : Megasari, M.Sc.

Palopo, 03 Februari 2022

an. Rektor  
ekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Lampiran 9: Surat Izin Penelitian

    
1 2 0 2 1 1 9 0 0 9 0 8 4 9

**PEMERINTAH KOTA PALOPO**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

**ASLI**

**IZIN PENELITIAN**  
NOMOR : 849/IP/DPMPTSP/XI/2021

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyerahan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Merjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Merjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama : RESKI WIDYASARI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Perumnas Kota Palopo  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 17 0402 0135

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH PROMOSI DAN PERUBAHAN HARGA EMAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PADA PRODUK  
TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU**

Lokasi Penelitian : PT. PEGADAIAN SYARIAH LUWU CABANG KOTA PALOPO  
Lamanya Penelitian : 05 November 2021 s.d. 05 Januari 2022

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
Pada tanggal : 09 November 2021  
pt. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

**MUH. IHSAN ASHARUDDIN, S.STP, M.SI**  
Pangkat : Pembina Tk.I  
NIP : 19780611 199612 1 001

**Tembusan :**

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel.
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

*Lampiran 10: Dokumentasi*



Gambar 1. Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Luwu



Gambar 2. Proses Pengisian Kuesioner Nasabah 1



Gambar 3. Proses Pengisian Kuesioner Nasabah 2





Gambar 4. Proses Pengisian Kuesioner Nasabah 3

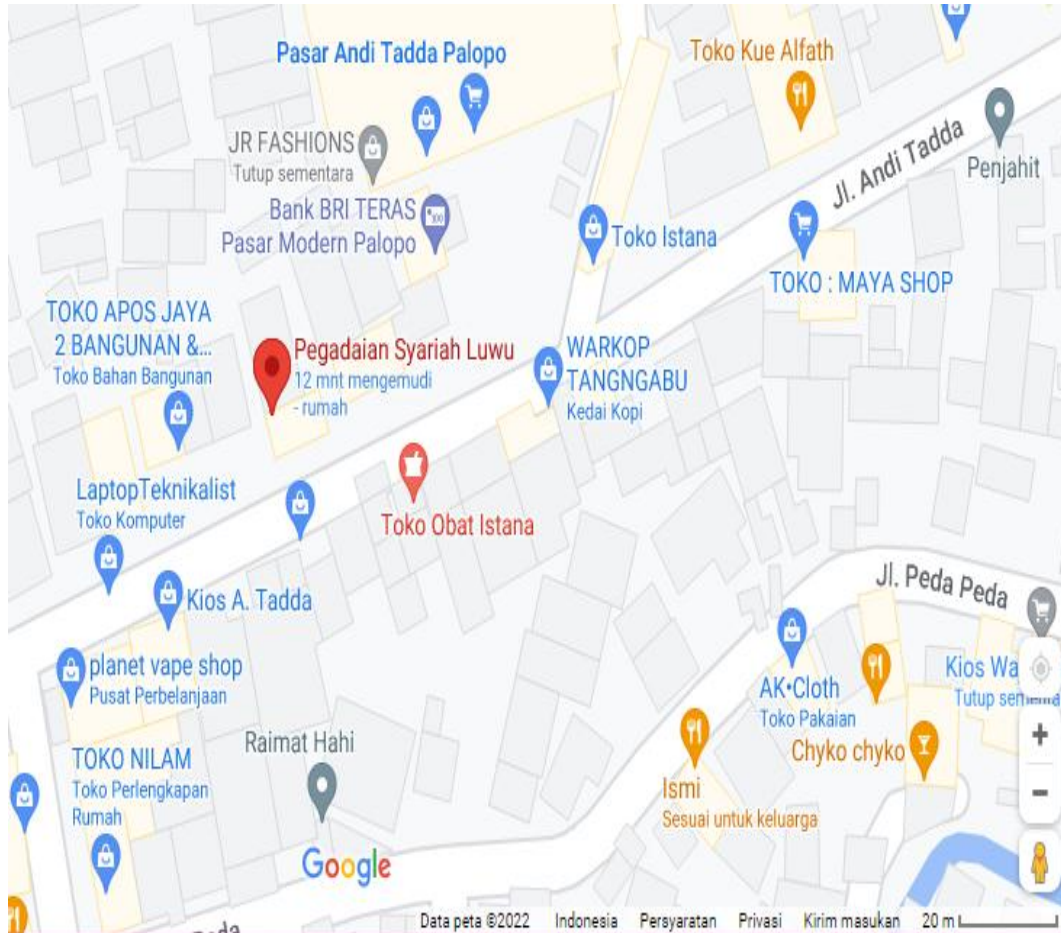


Gambar 5. Proses Pengisian Kuesioner Nasabah 4



Gambar 6. Proses Pengisian Kuesioner Nasabah 5

Lampiran 11: Peta Lokasi Penelitian



IAIN PALOPO

## RIWAYAT HIDUP



**Reski Widyasari**, lahir di Beringin Jaya pada tanggal 11 September 1999. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan seorang ayah bernama Jamaluddin dan ibu Hj. Nurlinda, S.Pd.SD. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa Beringin Jaya, Kec. Baebunta Selatan, Kab. Luwu Utara. Penulis pertama kali masuk pendidikan di TK Al-Irsyad Al-Islamiyyah pada tahun 2004 dan selesai pada tahun 2005. Di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan dasar di SDN 046 Lara 1 diselesaikan pada tahun 2011. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 1 Pare-Pare lalu pindah pada tahun 2012 di SMP Al-Irsyad Al-Islamiyyah hingga tahun 2014. Pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Baebunta. Pada saat menempuh pendidikan di SMP dan SMA, penulis aktif dalam berbagai kegiatan ekstrakurikuler di antaranya; Pramuka dan Palang Merah Remaja (PMR). Setelah lulus SMA di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni, yaitu di prodi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact person penulis: *reski\_widyasari0135\_mhs17@iainpalopo.ac.id*