

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, pengetahuan, promosi, dan harga emas terhadap keputusan mitra bank dalam berinvestasi emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Jambi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mitra BSI yang berinvestasi emas di Kota Jambi, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 90 responden. Dapat di simpulkan bahwa responden dengan jumlah terbanyak pada penelitian ini adalah didominasi oleh jenis kelamin perempuan berjumlah 63 responden sedangkan laki-laki berjumlah 27 responden. Berdasarkan usia didominasi oleh 30-39 tahun sebanyak 40 responden. Sedangkan berdasarkan tingkat pendidikan sarjana sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner, dokumentasi dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti, baik faktor internal (pendapatan dan pengetahuan) maupun faktor eksternal (promosi dan harga emas), berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,827 menunjukkan bahwa 82% variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih luas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi emas dan memberikan saran untuk strategi promosi yang lebih efektif dan edukasi keuangan yang lebih baik.

Kata Kunci : Keputusan Investasi Emas, Pendapatan, Pengetahuan, Promosi, Harga Emas, Bank Syariah Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of income, knowledge, promotion, and gold prices on the investment decisions of bank partners in investing in gold at Bank Syariah Indonesia (BSI) in Jambi City. The population used in this research consists of BSI partners who invest in gold in Jambi City, with a sample of 90 respondents. It can be concluded that the respondents in this study are predominantly female, totaling 63 respondents, while males amount to 27 respondents. Based on age, the majority are aged 30-39 years, with 40 respondents. In terms of education level, 70 respondents hold a bachelor's degree. Data collection techniques employed include questionnaires, documentation, and interviews. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results show that all examined variables, both internal factors (income and knowledge) and external factors (promotion and gold prices), significantly influence gold investment decisions. The coefficient of determination (R^2) of 0.827 indicates that 82% of the variation in the dependent variable can be explained by the variables studied. This research provides a broader understanding of the factors influencing gold investment decisions and suggests strategies for more effective promotion and better financial education.

Keywords: *Gold Investment Decisions, Income, Knowledge, Promotion, Gold Prices, Indonesian Sharia Bank*