

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAAN

5.1 Deskripsi Data Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari nasabah cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 di Kabupaten Sarolangun, yang berjumlah 134 Orang. Data ini menggambarkan responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan, dan lamanya mereka menjadi nasabah cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1. Berikut adalah rincian karakteristik responden:

5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil distribusi kuesioner, berikut adalah jumlah data responden yang dikategorikan menurut jenis kelamin:

Tabel 5.1 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	63	47%
Perempuan	71	100%
Total	134	147%

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 5.1 diatas dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 responden dan sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden nasabah cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP 1 Sarolangun yang paling dominan berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 71 responden.

5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil distribusi kuesioner, berikut adalah jumlah data responden yang dikategorikan menurut usia:

Tabel 5.2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	<20	0	0%
2.	21-30	67	50%
3.	31-40	41	31%
4.	40-50	23	17%
5.	>50	3	2%
TOTAL		134	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan data pada tabel 5.2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berusia dari 21-30 tahun sebanyak 67 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden nasabah cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 di dalam penelitian ini lebih dominan oleh usia 21-30 tahun sebanyak 67 responden (50%).

5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil distribusi kuesioner, berikut adalah jumlah data responden yang dikategorikan berdasarkan pekerjaan:

Tabel 5.3 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Belum Bekerja	0	0
2	NonFormal	64	48%
3	Formal	70	52%
TOTAL		134	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 5.3 diatas dapat dilihat bahwa pekerjaan responden yang belum bekerja sebanyak 0 responden, pekerjaan responden yang non formal sebanyak 64 responden, dan pekerjaan responden yang formal sebanyak 70 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan menjadi nasabah cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 yaitu pekerjaan formal sebanyak 70 responden.

5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Produk Cicil Emas Di BSI KCP Sarolangun 1

Berdasarkan hasil distribusi kuesioner, berikut adalah jumlah data responden yang dikategorikan berdasarkan penghasilan perbulan:

Tabel 5.4 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1

No.	Berapa Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 1 Tahun	70	52%
2.	1 Tahun	24	18%
3.	2 Tahun	37	28%
4.	3 Tahun	3	2%
5.	4 Tahun	0	0%
6.	5 Tahun	0	0%
TOTAL		134	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan data pada table 5.4 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang lebih dominan sudah berapa lama menjadi nasabah cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 adalah < 1 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 70 responden (52%).

5.2 Instrumen Data

5.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah kesesuaian atau tingkat kecocokan alat ukur untuk mengukur bahwa benar-benar cocok untuk mengukur apa yang diukur. Valid berarti apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Kriteria validitas dapat ditentukan dengan melihat nilai pearson correlation dengan Sig (2-tailed). Jika nilai pearson correlation lebih besar dari nilai acuan bentuk r kritis, maka item tersebut valid. Atau jika nilai Sig. (2-tailed) kurang dari 0,05 berarti item tersebut valid pada tingkat kepercayaan 95%. Peneliti menggunakan alat bantu program SPSS untuk mengukur tes ini. Berikut hasil uji validitas variabel Fluktuasi Harga Emas (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan

Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas (Y) dalam penelitian ini adalah:

Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Variabel Fluktuasi Harga Emas (X1)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,700	0,169	Valid
2	0,725	0,169	Valid
3	0,744	0,169	Valid
4	0,780	0,169	Valid
5	0,696	0,169	Valid
6	0,756	0,169	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan data pada tabel 5.5 hasil dari output SPSS versi 27 *nonparametric correlations* terlihat hasil uji validitas terhadap 6 item pernyataan yang mengukur variabel X1 (Fluktuasi Harga Emas) menunjukkan bahwa seluruh nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* (0,169). Dengan demikian, keenam item pernyataan dinyatakan **valid**. Artinya, setiap pernyataan dalam instrumen ini mampu secara akurat merepresentasikan konsep fluktuasi harga emas. Validitas yang tercapai menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sesuai dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)

Item Pernyataan	r Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,485	0,169	Valid
2	0,493	0,169	Valid
3	0,371	0,169	Valid
4	0,396	0,169	Valid
5	0,669	0,169	Valid
6	0,610	0,169	Valid
7	0,618	0,169	Valid
8	0,548	0,169	Valid
9	0,275	0,169	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan data pada tabel 5.6 hasil dari output SPSS versi 27 *nonparametric correlations* terlihat hasil uji validitas terhadap 9 item pernyataan yang mengukur

variabel X2 (Promosi) menunjukkan bahwa seluruh nilai r *hitung* lebih besar dari r *tabel* (0,169). Dengan demikian, kesembilan item pernyataan dinyatakan **valid**. Artinya, setiap pernyataan dalam instrumen ini mampu secara akurat merepresentasikan konsep Promosi. Validitas yang tercapai menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sesuai dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,688	0,169	Valid
2	0,481	0,169	Valid
3	0,510	0,169	Valid
4	0,638	0,169	Valid
5	0,669	0,169	Valid
6	0,738	0,169	Valid
7	0,659	0,169	Valid
8	0,490	0,169	Valid
9	0,660	0,169	Valid
10	0,652	0,169	Valid
11	0,366	0,169	Valid
12	0,348	0,169	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan data pada tabel 5.7 hasil dari output SPSS versi 27 *nonparametric correlations* terlihat hasil uji validitas terhadap 12 item pernyataan yang mengukur variabel X3 (Kualitas Pelayanan) menunjukkan bahwa seluruh nilai r *hitung* lebih besar dari r *tabel* (0,169). Dengan demikian, dua belas item pernyataan dinyatakan **valid**. Artinya, setiap pernyataan dalam instrumen ini mampu secara akurat merepresentasikan konsep Kualitas Pelayanan. Validitas yang tercapai menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sesuai dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas (Y)

Item Pernyataan	r Hitung	r Table	Keterangan
1	0,504	0,169	Valid
2	0,626	0,169	Valid
3	0,644	0,169	Valid
4	0,695	0,169	Valid
5	0,283	0,169	Valid
6	0,689	0,169	Valid
7	0,425	0,169	Valid
8	0,440	0,169	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan data pada tabel 5.8 hasil dari output SPSS versi 27 *nonparametric correlations* terlihat hasil uji validitas terhadap 8 item pernyataan yang mengukur variabel Y (Keputusan Nasabah) menunjukkan bahwa seluruh nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* (0,169). Dengan demikian, delapan item pernyataan dinyatakan **valid**. Validitas yang tercapai menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sesuai dan layak digunakan dalam penelitian.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu metode untuk mengukur konsistensi dan stabilitas suatu alat ukur atau instrumen penelitian. Dalam penelitian, penting untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dapat memberikan hasil yang serupa bila digunakan dalam kondisi yang sama. Reliabilitas ini penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat dan dapat dipercaya. Berikut adalah hasil uji reliabilitas variabel Fluktuasi Harga Emas (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas (Y) dalam penelitian ini:

Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fluktuasi Harga Emas (X1)

Variabel	Cronch's Alpha	N of items	Keterangan
Fluktuasi Harga Emas	0,826	6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan table 5.9 diatas dapat dilihat bahwa Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh untuk variabel X1 (Fluktuasi Harga Emas) adalah 0,826 dengan jumlah pernyataan yang di uji sebanyak 6 soal yang valid berdasarkan uji validitas sebelumnya. Karena nilai ini lebih besar dari 0,70, maka instrumen ini dinyatakan reliabel. Artinya, instrumen ini memiliki tingkat keandalan yang tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel fluktuasi harga emas secara konsisten.

Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2)

Variabel	Cronch's Alpha	N of items	Keterangan
Promosi	0,610	9	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel 5.10 diatas dapat dilihat bahwa Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh untuk variabel X2 (Promosi) adalah 0,610 dengan jumlah pernyataan yang diuji sebanyak 9 soal yang valid berdasarkan uji validitas sebelumnya. Karena nilai ini lebih besar dari 0,70, maka instrumen ini dinyatakan reliabel. Artinya, instrumen ini memiliki tingkat keandalan yang tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel promosi secara konsisten.

Tabel 5.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Variabel	Cronch's Alpha	N of items	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,818	12	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel 5.11 diatas dapat dilihat bahwa Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh untuk variabel X3 (Kualitas Pelayanan) adalah 0,818 dengan jumlah pernyataan yang diuji sebanyak 12 soal yang valid berdasarkan uji validitas sebelumnya. Karena nilai ini lebih besar dari 0,70, maka instrumen ini dinyatakan reliabel. Artinya, instrumen ini memiliki tingkat keandalan yang tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan secara konsisten.

Tabel 5.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas (Y)

Variabel	Cronh's Alpha	N of items	Keterangan
Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas	0,660	8	Reliabel

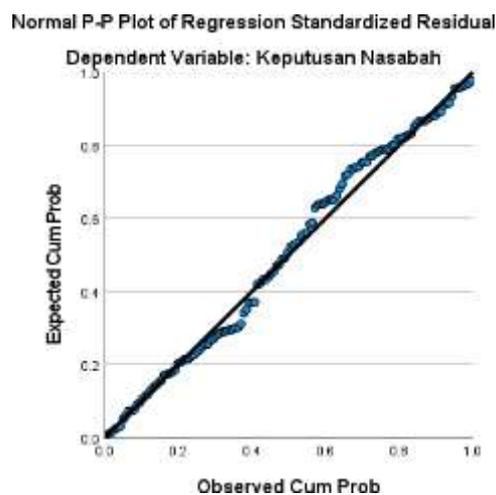
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel 5.12 diatas dapat dilihat bahwa Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh untuk variabel Y (Keputusan Nasabah dalam memilih produk cicil emas) adalah 0,660 dengan jumlah pernyataan yang di uji sebanyak 8 soal yang valid berdasarkan uji validitas sebelumnya. Karena nilai ini lebih besar dari 0,70, maka instrumen ini dinyatakan reliabel. Artinya, instrumen ini memiliki tingkat keandalan yang tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan secara konsisten.

5.3 Uji Asumsi Klasik

5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode statistik untuk menguji apakah data kita berdistribusi normal atau tidak, Berikut adalah uji normalitas pada penelitian ini:



Gambar 5.1 Hasil Uji P plot of Regression Standardized Residual

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27,2024

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 5.1 diatas dapat diketahui penyebaran titik-titik yang mengikuti pada sumbu yang mendatar lurus dari grafik *probability plot* data menyebar disekitar garis datar dan mengikuti garis datar, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

5.3.2 Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu komponen analisis regresi yang dilakukan untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang kuat di antara variabel independen dalam model regresi. Indikator yang diterapkan dalam uji ini adalah nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Berikut adalah hasil uji multikolinearitas.

Tabel 5.13 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.413	3.501		4.402	.000		
Fluktuasi Harga Emas	.073	.046	.125	1.562	.121	.991	1.009
Promosi	.288	.079	.308	3.658	.000	.895	1.118
Kualitas Pelayanan	.115	.049	.195	2.332	.021	.903	1.108

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

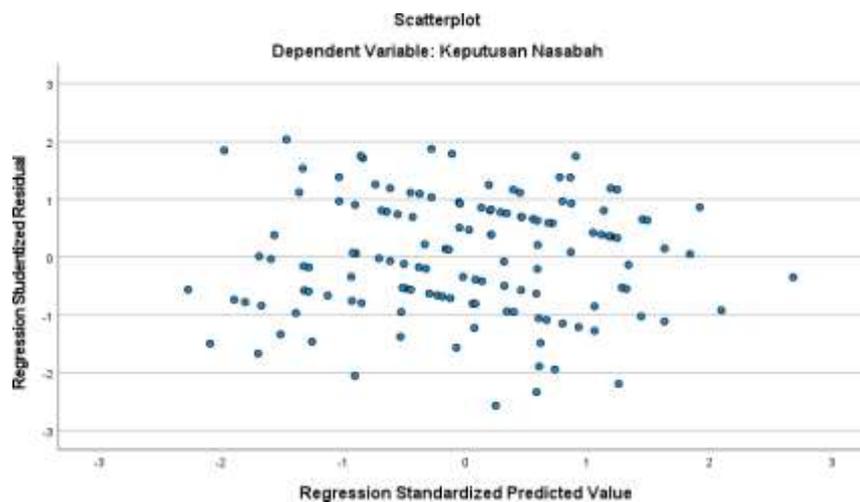
Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel 5.13 diatas dapat diketahui bahwa variabel Fluktuasi Harga Emas (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,991 dan nilai VIF sebesar 1.009, variabel Promosi (X2) memiliki tolerance sebesar 0,895 dan nilai VIF sebesar 1.118 dan variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki nilai tolerance sebesar 0,903 dan nilai VIF sebesar 1.108. Berdasarkan nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10 dari masing-masing variabel independen, dapat disimpulkan bahwa tidak ada

terjadinya gejala multikolinearitas dalam model regresi ini. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen.

5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam analisis regresi untuk mendeteksi apakah ada masalah varians yang tidak konstan pada residual atau error. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas pada penelitian ini:



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Gambar 5.3 Grafik Scatter Plot Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil dari uji heteroskedastisitas pada gambar 5.3 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar secara acak baik diatas maupun di bawah nilai 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola khusus. Oleh karena itu, tidak terdapat indikasi Heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

5.4 Analisa Kuantitatif

5.4.1 Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah metode statistic yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen (terikat) berdasarkan lebih dari satu variabel independen (bebas). Berikut adalah hasil dari regresi linear berganda pada penelitian ini:

Tabel 5.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.413	3.501		4.402	<.001
	Fluktuasi Harga Emas	.073	.046	.125	1.562	.121
	Promosi	.288	.079	.308	3.658	<.001
	Kualitas Pelayanan	.115	.049	.195	2.332	.021

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan pada table 5.14 diatas dapat dilihat bahwa nilai constant (α) sebesar 15,413, nilai β fluktuasi harga emas (X1) sebesar 0,073, nilai β promosi (X2) sebesar 0.288, dan nilai β kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,115. untuk menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 15,413 + 0,073 (X_1) + 0,288 (X_2) + 0,115$$

Untuk persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (a) sebesar 15,413 yang mempunyai arti jika variabel fluktuasi harga emas (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) nilainya 0 maka variabel keputusan nasabah (Y) bernilai 15,431.
2. Nilai koefisien regresi variabel Fluktuasi Harga Emas (X1) bernilai sebesar 0,073, artinya setiap peningkatan satu satuan fluktuasi harga emas akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,073.
3. Nilai koefisien regresi variabel Promosi (X2) bernilai sebesar 0,288, artinya setiap peningkatan satu satuan pada promosi akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,288.
4. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X3) bernilai positif 0,115, artinya setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,115.

5.5 Uji Hipotesis

5.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5.15 Hasil Parsila (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.413	3.501		4.402	.001
	Fluktuasi Harga Emas	.073	.046	.125	1.562	.121
	Promosi	.288	.079	.308	3.658	.001
	Kualitas Pelayanan	.115	.049	.195	2.332	.021

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan pada tabel 5.15 diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. Uji hipotesis pada variabel Fluktuasi Harga Emas (X1) diperoleh nilai t 1,562 < 1,656 dengan Sig sebesar 0,121 > 0,05, Berdasarkan estimasi tersebut, dapat dibuktikan H_a ditolak dan H_o diterima yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh variabel Fluktuasi Harga Emas (X1) terhadap keputusan Nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 di Kab. Sarolangun.
2. Uji hipotesis variabel Promosi (X2) diperoleh nilai t 3,658 > 1,656 dengan Sig sebesar 0,001, yang berarti 0,001 lebih kecil 0,05, Berdasarkan estimasi tersebut, dapat buktikan H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh variabel Promosi (X2) secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 di Kab. Sarolangun.
3. Uji hipotesis variabel Kualitas Pelayanan (X3) diperoleh nilai t 2,332 > 1,656 dengan Sig sebesar 0,021 < 0,05, sehingga kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan estimasi tersebut dapat dibuktikan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X3) secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 di Kab. Sarolangun.

5.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan adalah salah satu bentuk pengujian dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara Bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Berikut hasil dari uji simultan (Uji F).

Tabel 5.16 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.220	3	54.407	9.366	<.001 ^b
	Residual	755.168	130	5.809		
	Total	918.388	133			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fluktuasi Harga Emas, Promosi						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan table 5.16 diatas bahwa hasil regresi ANOVA hasil uji simultan, nilai $F = 9,366$ dengan Sig. sebesar $< 0,001$, yang artinya $< 0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti bahwa secara simultan, variabel Fluktuasi Harga Emas (X1), Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

5.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) adalah metode yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengukur seberapa baik model regresi menjelaskan variasi dari variabel dependen berdasarkan variabel-variabel independen. Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinan (R^2):

Tabel 5.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.159	2.410
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fluktuasi Harga Emas, Promosi				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29, 2024

Berdasarkan tabel 5.17 diatas dapat dilihat bahwa nilai R-square yang besarnya 0,178 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel X1, X2 dan X3 secara simultan (Bersama-sama) terhadap variabel Y adalah 17,8%, artinya variabel Fluktuasi Harga Emas, Promosi, dan Kualitas Pelayanan memiliki proporsi pengaruh terhadap variabel Keputusan Nasabah (Y) Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 Di Kabupaten Sarolangun. Sisanya 82,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini.

5.6 Pembahasan / Analisis Hasil Penelitian

5.6.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 di Kab. Sarolangun

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan penelitian melalui SPSS versi 27 menyatakan bahwa secara parsial Promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 efektif dalam menarik minat nasabah untuk memilih produk cicil emas. Promosi yang baik dapat memberikan informasi yang jelas dan menarik tentang produk, sehingga nasabah merasa lebih yakin untuk berinvestasi. Misalnya, iklan yang informatif, promosi penjualan, dan komunikasi yang baik dengan masyarakat dapat meningkatkan pemahaman nasabah tentang manfaat produk cicil emas, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi.

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian ini yaitu penelitian (Dhamayanti, 2023), (Alfhia & Arafah, 2020), dan (Septian Haerisma et al., 2021)

yang dimana hasil dari penelitian tersebut variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas.

Berbeda dengan hasil dari penelitian (Puspita, 2024) yang menunjukkan tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap pembiayaan murabahah produk cicil emas dengan peningkatan jumlah nasabah (Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tangerang Cirendeu).

Promosi merupakan suatu kegiatan yang menginformasikan kepada konsumen mengenai manfaat suatu produk atau jasa guna memotivasi dan membujuk konsumen untuk membeli produk atau jasa tersebut. Semua itu terkait dengan promosi di industri perbankan untuk meningkatkan volume penjualan yang peranannya sangat penting, dan dengan promosi, bank dapat meyakinkan dan menarik nasabah atau konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan (Adam, 2022).

Promosi, dari sudut pandang ekonomi Islam, tidak hanya berfungsi sebagai cara untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga merupakan cara untuk memberi tahu orang lain dan menyebarkan kebaikan, semuanya dengan cara yang sesuai dengan syariah. Promosi dalam Islam mencakup segala sesuatu yang menarik orang lain untuk membeli sesuatu, dengan menekankan hubungan komunikasi antara penjual dan pembeli untuk memberikan informasi yang benar, membujuk, dan mendorong mereka untuk membeli tanpa adanya unsur penipuan atau kecurangan. Promosi Islam harus menghindari unsur gharar, yang berarti ketidakpastian, maysir, yang berarti perjudian, dan tadlis, yang berarti penipuan. Hal ini sejalan dengan gagasan bahwa promosi harus memberikan informasi yang akurat dan tidak menipu agar pelanggan dapat membuat keputusan yang tepat tanpa ditipu (Ramadhika & Priyanti, 2023).

5.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1 di Kab. Sarolangun.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan penelitian melalui SPSS versi 27 menyatakan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat

memperhatikan bagaimana mereka dilayani oleh bank. Kualitas pelayanan yang baik, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Jika nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka akan lebih cenderung untuk memilih produk cicil emas dan tetap loyal terhadap bank. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan buruk, nasabah mungkin akan merasa kecewa dan mencari alternatif lain di lembaga keuangan lainnya.

Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini yaitu penelitian (Alfhia & Arafah, 2020) , (Puspita, 2024), dan (Ananda, 2024) yang di mana hasil dari penelitian tersebut bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas. Maka Semakin baik persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank syariah, semakin besar minat mereka untuk melakukan pembiayaan cicil emas.

Berbeda dengan hasil dari penelitian yang menunjukkan (Uswah, 2024) yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, dalam hal ini dapat dikatakan baik jika suatu perusahaan mampu menyediakan barang/jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas layanan mengacu pada setiap aktivitas atau manfaat yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun (Br Marbun et al., 2022).

Menurut perspektif Islam, kualitas pelayanan yang baik mencerminkan nilai-nilai keadilan, amanah, dan ihsan (kebaikan) dalam memberikan layanan. Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267, Allah SWT berfirman: Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”* ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan

sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk (Handayani, 2020).

Sementara itu, berdasarkan hasil uji t yang dilakukan penelitian melalui SPSS versi 27 menyatakan bahwa secara parsial Fluktuasi Harga Emas (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, nasabah mungkin memiliki pandangan jangka panjang terhadap investasi emas, sehingga mereka tidak terlalu terpengaruh oleh perubahan harga jangka pendek. Kedua, emas sering dianggap sebagai aset yang stabil dan dapat melindungi nilai dari inflasi, sehingga nasabah yang sudah percaya pada stabilitas harga emas cenderung tidak terpengaruh oleh fluktuasi harga. Selain itu, keputusan investasi nasabah mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan diri dan informasi yang mereka terima mengenai produk cicil emas.

Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini yaitu (Putri ariska, 2022) , (Fiyona Oktari, 2023),(Laelatul Adha, 2021) , dan (Aniqotunnafiah, 2024), yang dimana variabel fluktuasi harga emas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dalam penelitian (Aniqotunnafiah, 2024) tersebut juga memaparkan bahwa hal tersebut sesuai dengan teori perilaku keuangan (Behavior Finance Theory) yang di kemukakan oleh Thaler pada tahun 1980. Menurut thaler, meskipun fluktuasi harga emas terjadi, keputusan investor lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti kepercayaan diri, perspektif jangka Panjang, dan pengaruh sosial. Investor yang sudah percaya pada stabilitas harga emas sebagai tempat perlindungan cenderung tidak terpengaruh oleh perubahan harga jangka pendek, terutama mereka yang memiliki pandangan jangka Panjang tentang investasi mereka.

Berbeda dengan hasil penelitian yang didapatkan oleh (Uswah, 2024), dan (Septian Haerisma et al., 2021) bahwa penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian ini yang dimana hasil dari penelitian tersebut bahwa fluktuasi harga emas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas.

Fluktuasi harga emas adalah naik turunnya sebuah harga emas. Menurut bahasanya fluktuasi adalah gejala yang menunjukkan naik turunnya harga atau perubahan harga karena pengaruh penawaran dan permintaan. Adapun menurut istilah fluktuasi sering disebut dengan price shock (goncangan harga), biasanya disebabkan oleh peperangan yang menyebabkan perubahan nilai (Madjid, 2023) .