

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN CICIL
EMAS DI BSI KCP PINRANG**



OLEH

**NUR AIN
NIM: 2120203862201048**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN CICIL
EMAS DI BSI KCP PINRANG**



OLEH

**NUR AIN
NIM: 2120203862201048**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Lembaga Keuangan Syariah (S.Tr.Ak) Pada Program Studi Akuntansi Lembaga
Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah
pada Produk Pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP
Pinrang

Nama Mahasiswa : Nur Ain

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203862201048

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Nomor: B-2827/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd.

NIP : 196103201994031004

Mengetahui;

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Muzaffar Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang

Nama Mahasiswa : Nur Ain

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203862201048

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Nomor: B-2827/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. (Ketua)



Rusnaena, M.Ag. (Anggota)



Indrayani, S.E., M.Ak. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muhammad Muhammadun, M.Ag.

NIP. 197102084001122002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah (S.Tr.Ak) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Saw, Rasul pilihan yang membawa cahaya penerang dengan ilmu pengetahuan. Serta iringan doa untuk keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya yang selalu setia sampai akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua Ayahanda Amiruddin dan Ibunda Kasmia yang telah membesarkan, mendidik dan mendoakan saya dengan tulus, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik.

Penulis banyak menerima bimbingan, bantuan dan doa dari bapak Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. selaku pembimbing saya, atas segala bantuan, bimbingan dan doa yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah meluangkan waktunya dan atas pengabdianya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah yang telah banyak memberikan dukungan

dan bantuannya kepada kami sebagai mahasiswa Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah.


4. Rusnaena, M.Ag. dan Indrayani, S.E., M.Ak. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingannya yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Umaima, M.E.I. selaku Kepala Pusat Pengembangan Karir Mahasiswa yang telah memberikan dukungan dan bantuannya kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Besse Faradiba, M.M. selaku dosen Penasehat Akademik yang selama ini telah memberikan berbagai nasehat, motivasi dukungan dan bantuannya dalam menjalankan aktivitas akademik.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis, dan seluruh staf bagian rektorat, akademik, dan fakultas yang selalu siap melayani mahasiswa.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare yang telah melayani dan menyediakan referensi terkait dengan judul penelitian penulis.
9. Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada semua Bapak/Ibu guru tercinta yang pernah mendidik sejak SD, SMP Dan SMK, sehingga penulis sampai pada penyusunan skripsi.
10. Teruntuk keluarga yang telah memberikan bantuan berupa dukungan dan doa kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teruntuk para sahabat tercinta dan tersayang saya, Syafina Syarif, Firzah Amaliah, dan Citra Anjelika yang selama ini telah menemani dalam suka maupun duka, mendoakan, selalu memberikan dukungan, bantuan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teruntuk para teman seperjuangan saya, Diza Jusriani, Nur Hikmah, Mutiara. S dan Ambo Asse Squad yang telah kebersamai penulis mulai dari awal semester hingga akhir, membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Teruntuk Novitasari, Nurindah Sari Safitri, Rahma dan para teman – teman KKN posko 38 yang tidak dapat saya sebut namanya satu persatu, yang telah kebersamai, memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini, mohon maaf peneliti tidak dapat menyebutkan satu persatu.
15. Terakhir terima kasih untuk diri sendiri karena telah berusaha keras berjuang sampai sejauh ini tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kata-kata tidaklah cukup untuk mengapresiasi bantuan mereka dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah kepada mereka.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Parepare, 31 Mei 2025 M
4 Dzulhijjah 1446 H


Nur Ain
NIM. 2120203862201048

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

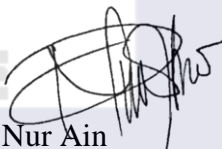
Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nur Ain
Nomor Induk Mahasiswa : 2120203862201048
Tempat/Tgl. Lahir : Pinrang, 02 Juni 2003
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 31 Mei 2025

Penyusun



Nur Ain

NIM: 2120203862201048

ABSTRAK

Nur Ain, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP pinrang* (dibimbing oleh Bapak Moh Yasin Soumena).

Produk pembiayaan Cicil Emas merupakan salah satu layanan unggulan BSI yang menawarkan kemudahan bagi nasabah dalam memiliki emas secara syariah. Namun, tingkat minat nasabah yang fluktuatif menunjukkan perlunya kajian terhadap faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 71 responden yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25.

Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa hanya variabel promosi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,272 > t_{tabel} 1,996$. Kualitas layanan memiliki nilai signifikansi $0,405$ dan $t_{hitung} -0,838$. Suku bunga memiliki signifikansi $0,566$ dan $t_{hitung} -0,577$. Sedangkan kepercayaan menunjukkan signifikansi $0,220$ dan $t_{hitung} 1,237$. Ketiganya tidak berpengaruh signifikan karena nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Uji F (simultan) menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, dengan nilai signifikansi $0,041 < 0,05$ dan $F_{hitung} 2,640 > F_{tabel} 2,509$. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial hanya promosi yang signifikan, secara simultan keempat variabel tetap memberikan kontribusi terhadap model. Dengan demikian, strategi promosi perlu menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan minat nasabah terhadap produk Cicil Emas.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Suku Bunga, Promosi, Kepercayaan, Minat nasabah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori	11
1. Definisi Minat Nasabah.....	11
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	13
3. Produk Cicil Emas	18
C. Kerangka Pikir.....	21
D. Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	23
C. Populasi Dan Sampel	23
D. Jenis dan Sumber Data	25
E. Teknik Pengumpulan dan pengolahan Data.....	25
F. Definisi Operasional Variabel.....	27
G. Instrumen Penelitian.....	30
H. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Hasil Penelitian	36
B. Pengujian Persyaratan Analisis data	39
C. Pengujian Hipotesis.....	54
D. Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71
BIODATA PENULIS	104

DAFTAR TABEL

NO. TABEL	NAMA TABEL	HALAMAN
1.1	Data Nasabah Cicil Emas Di Bsi KCP Pinrang tahun 2022 s.d 2024	5
3.1	Skala Likert	27
3.2	Definisi Operasional Variabel	28
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	36
4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	37
4.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden	37
4.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	38
4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif	39
4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)	40
4.7	Hasil Uji Validitas Suku Bunga (X2)	41
4.8	Hasil Uji Validitas Promosi (X3)	42
4.9	Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X4)	44
4.10	Hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y)	45
4.11	Hasil Uji Reabilitas	46
4.12	Hasil Uji Normalitas	47
4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	49
4.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50

4.16	Hasil Uji T (Parsial)	56
4.17	Hasil Uji F (Simultan)	58
4.18	Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	60



DAFTAR GAMBAR

NO. GAMBAR	NAMA GAMBAR	HALAMAN
2.1	Kerangka Pikir	21



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Validasi Instrumen Penelitian	72
2	Data Responden	81
3	Deskripsi Jawaban Responden	85
4	R tabel	94
5	T tabel	95
6	F Tabel	96
7	Surat Keputusan Penetapan pembimbing Skripsi	97
8	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	98
9	Surat Rekomendasi Penelitian Dari PTSP	99
9	Surat Keterangan Selesai Penelitian	100
10	Dokumentasi	101

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	tha	Th	te dan ha
ج	jim	J	Je
ح	ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	shad	s	es (dengan titik di bawah)

ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
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
	ha	H	Ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Fonem Latin:

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

3. Vokal

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa indonesia terdiri atas vokal tunggal dan monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal tunggal (monoftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	a	A
إِ	Kasrah	i	I
أُ	Dammah	u	U

- b. Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan ya	ai	a dan i
أَوْ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauila*

4. Maddah

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

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
مَ / مِ	Fathah dan alif atau ya	a	a dan garis di atas
كَ	Kasrah dan ya	i	i dan garis di atas
وُ	Dammah dan wau	u	u dan garis di atas

Contoh:

مَ ت : *mata*
 رَ مِ : *rama*
 قِيلَ : *qila*
 يَمُوتُ : *yamutu*

5. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
2. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Raudah al-jannah* atau *raudhatul jannah*
 الْمَدِينَةُ الْفَادِلَةُ : *Al-madinah al-fadilah* atau *al-madinatul fadilah*
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

6. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (-), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbana*

نَجَّيْنَا : *Najjaina*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمُّ : *Nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (حِ), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : *'Arabi* (bukan *'Arabiyy* atau *'Araby*)

عَلِيٌّ : *'Ali* (bukan *'Alyy* atau *Aly*)

7. Kata Sandang

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

Contoh:

الشَّمْسُ : *Al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَاسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

8. 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	:	<i>tu'muruna</i>
تَأْمُرُونَ	:	<i>al-nau'</i>
شَيْءٍ	:	<i>syai'un</i>
أَمْرٌ	:	<i>Umirtu</i>

9. 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, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dari Qur'an), *Sunnah*, khusus, umum. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fil zillal al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibarat bi'umum al-lafz bi khusus al-sabab

10. Lafzal-Jalalah (الله)

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

Contoh:

دَيْنُ اللَّهِ : *dinullah*

بِاللَّهِ : *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ aljalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fi rahmatillah*

11. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada 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-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahrū Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

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:

Abūal-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*,

Abū al-Walīd Muhammad (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naṣr Hamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Hamīd Abū*)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

Swt.	=	Subhanahu wata'ala
Saw.	=	Sallallahu alaihi wasallam
a.s	=	'alaihi al-sallam
H	=	Hijrah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
I.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS.../...:4	=	QS al-baqarah/2:187, ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan di dalam bahasa arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون نكن
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبيعة
دن	=	بدون ناشر
ج	=	ألى آخره/إلى آخره

Selain itu, beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

1. ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s). et al. : Dalam catatan kaki/akhir, kata ed. Tidak perlu diapit oleh tanda kurung, cukup membubuhkan tanda koma (,) antara nama editor (terakhir) dengan kata ed. Tanda koma (,) yang sama juga mengantarai kata ed. Dengan judul buku (menjadi: ed.,). Singkatan ed. Dapat ditempatkan sebelum atau sesudah nama editor, tergantung

konteks pengutipannya. Jika diletakkan sebelum nama editor, ia bisa juga ditulis panjang menjadi, “Diedit oleh....”

2. et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak. Yang manapun yang dipilih, penggunaannya harus konsisten.
3. Cet. : Cetakan. Keterangan tentang frekuensi cetakan sebuah buku atau literatur sejenis biasanya perlu disebutkan karena alasan tertentu, misalnya, karena karya tersebut telah dicetak lebih dari sekali, terdapat perbedaan penting antara cetakan sebelumnya dalam hal isi, tata letak halaman, dan nama penerbit. Bisa juga untuk menunjukkan bahwa cetakan yang sedang digunakan merupakan edisi paling mutakhir dari karya yang bersangkutan.
4. Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
5. Vol. : Volume. Biasanya dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
6. No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia sangatlah kompleks, diantaranya adalah kebutuhan dalam hal keuangan. Manusia membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, dan juga sebagai tabungan untuk berjaga-jaga saat kondisi mereka sangat membutuhkan uang mendesak untuk pendidikan anak-anak, dana kesehatan, pembangunan rumah dan lain sebagainya. Disamping itu manusia juga memiliki keinginan untuk berinvestasi, yang biasanya dapat berupa tanah, bangunan atau logam mulia yang menjaga harta kekayaan mereka di tengah merosotnya nilai uang.

Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang banyak diminati oleh masyarakat karena merupakan salah satu alternatif investasi jangka panjang. Hal ini dikarenakan investasi emas tergolong sederhana dan minim resiko. Masyarakat Indonesia juga tertarik untuk berinvestasi emas sejak orde baru yang berupa perhiasan emas, koin emas, dan emas batangan disebabkan oleh hasil yang lebih menguntungkan dibandingkan investasi valuta asing dan saham.¹

Andres Christian, Managing Director Inside ID menjelaskan orang Indonesia kini sudah lebih teredukasi perihal berinvestasi. Ia menyebut bahwa angka rata-rata peminat investasi telah bergerak meningkat, naik sekitar 0,25 dari angka rata-rata tahun lalu. Sama halnya dengan investasi, semakin besar pula angka rata-rata peminat tabungan dan deposito di 2017, naik sekitar 0,18. Bahkan, berdasarkan data riset Inside ID, sekitar 40% responden memiliki investasi saat ini. Terkait instrumen investasi apa yang menjadi primadona orang Indonesia, Andres menjelaskan bahwa hasil riset menunjukkan emas masih menjadi pilihan sebagian besar masyarakat. Sebab,

¹ R Hadi, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Meulaboh Nasional*, (2023).

setengah dari responden ternyata mempunyai investasi emas. Investasi lainnya adalah deposito (37%), properti (30%), reksadana (22%), dan saham (17%).²

Berinvestasi emas memiliki resiko yang kecil dibanding berinvestasi dalam aset yang lain. Kelebihan investasi emas antara lain: 1) emas bersifat likuid atau mudah dijual kembali dan emas juga dapat dijadikan jaminan atau collateral. 2) Dengan berinvestasi emas diharapkan untuk memperoleh capital gain atau peningkatan nilai investasi. 3) Dengan berinvestasi emas nilai aset anda akan terlindungi dari inflasi maupun deflasi. 4) Emas merupakan aset yang berada di luar sistem perbankan. Karena itu emas tidak terpengaruh oleh krisis perbankan yang selalu menghantui dari waktu ke waktu.³

BSI KCP Pinrang yang merupakan bank syariah yang menyediakan cicil emas dengan aplikasi cicil emas BSI. Cicil emas BSI merupakan fitur pembiayaan yang memudahkan nasabah yang ingin memiliki pembelian emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mencicil. Pembiayaan cicil emas menggunakan jenis akad murabahah dengan jaminan diikat dengan rahn (gadai) dalam pengaplikasiannya dengan maksimal pembiayaan Rp. 150.000.000 sesuai dengan surat edaran dari BI (Bank Indonesia). Jenis emas yang dapat dibiayai dalam pembiayaan ini adalah emas jenis logam mulia batangan yang dikeluarkan dan bersertifikat PT Antam.

Minat merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat akan mendorong upaya yang serius dan tidak menyerah secara efektif dalam menghadapi kesulitan. Seseorang dapat memiliki area padat yang dapat dipengaruhi oleh beberapa komponen yang seharusnya mempengaruhi keuntungan klien dalam memilih toko simpanan emas, mengingat informasi klien tentang dana investasi emas dari segi kelebihan dan manfaatnya.

² Utami Nur Kholifah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Masyarakat Dalam Program Pembiayaan Cicil Emas Di Banksyariah Mandiri" (Fakultas ekonomi dan bisnis uin jakarta, 2019)

³ Umu Rosyidah, "Minat Masyarakat Berinvestasi Emas.Pdf," *Jurnal Penelitian Keislaman*, 2020.

Sistem administrasi yang dijalankan selama ini telah membangkitkan minat nasabah untuk memanfaatkan dana cadangan emas.⁴

Seperti yang kita ketahui, emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia. Emas juga mempunyai manfaat emosional untuk dinikmati keindahannya. Sudah ada kesepakatan budaya secara global bahwa emas adalah logam mulia dengan nilai estetis yang tinggi. Nilai keindahannya berpadu dengan harganya yang menarik sehingga jadilah emas sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, emas menjadi simbol status diberbagai subkultur di Indonesia. Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara riil merupakan salah satu investasi yang dinilai paling menguntungkan di samping inven terus bergerak naik, emas juga memiliki nilai tambah tersendiri karena kerap dijadikan simbol kejayaan yang dapat meningkatkan seseorang dari segi status sosial.

Produk pembiayaan cicil emas merupakan salah satu layanan keuangan yang ditawarkan oleh lembaga perbankan maupun lembaga keuangan syariah sebagai solusi investasi emas secara bertahap. Produk ini menarik karena memungkinkan nasabah memiliki emas tanpa harus membayar penuh di awal. Namun, meskipun menawarkan kemudahan, kenyataannya belum semua nasabah tertarik atau memahami potensi manfaat produk ini.

Minat nasabah terhadap produk pembiayaan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas layanan, kepercayaan terhadap lembaga keuangan, kemudahan proses, tingkat suku bunga/margin, serta strategi promosi yang dilakukan. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, gaya hidup, dan

⁴ Sulistiono, Yulia Nurendah, and Mumuh Mulyana, "Mengukur Minat Studi Siswa SMA Dan SMK Di Kota Bogor Pada Program Studi Kewirausahaan," *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)* 3, no. 1 (2019).

pengaruh sosial juga dapat berperan dalam keputusan nasabah untuk menggunakan produk cicil emas.

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu produk yang turut mengalami pertumbuhan adalah cicil emas, yaitu fasilitas pembiayaan syariah untuk membeli emas secara bertahap. Produk ini menawarkan nilai tambah dalam hal investasi jangka panjang dan perlindungan nilai kekayaan, serta sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang diyakini masyarakat. Data dari lembaga keuangan menunjukkan bahwa jumlah pengguna cicil emas meningkat setiap tahunnya. Hal ini menjadi indikator bahwa masyarakat mulai melihat produk ini sebagai pilihan finansial yang menjanjikan.

Meskipun demikian, pertumbuhan tersebut belum mencerminkan potensi pasar yang sesungguhnya. Di tengah mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam dan meningkatnya minat terhadap investasi berbasis syariah, penetrasi cicil emas masih dapat ditingkatkan. Selain itu, meskipun terjadi peningkatan jumlah pengguna, belum banyak penelitian yang mengungkap secara spesifik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk cicil emas. Padahal, memahami faktor-faktor ini sangat penting bagi lembaga keuangan untuk mempertahankan bahkan mempercepat tren pertumbuhan tersebut.

Beberapa faktor yang secara teoritis berpotensi mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk cicil emas adalah kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan. Kualitas layanan berkaitan dengan pengalaman nasabah dalam berinteraksi dengan penyedia produk, baik secara langsung maupun digital. Suku bunga yang terlalu tinggi dapat menurunkan daya tarik produk bagi konsumen yang sensitif terhadap biaya. Di sisi lain, promosi yang efektif berperan dalam meningkatkan kesadaran nasabah, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan menjadi aspek fundamental dalam pengambilan keputusan keuangan jangka panjang.

Permasalahan yang muncul adalah bahwa meskipun tren penggunaan produk cicil emas meningkat, belum diketahui secara pasti faktor mana yang paling dominan dalam

mendorong minat masyarakat. Tanpa informasi ini, lembaga keuangan syariah berisiko menerapkan strategi yang tidak tepat sasaran. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk cicil emas.

Pada pegadaian sistem cicil emas memiliki tujuan yang sama dengan BSI KCP Pinrang. Yang membedakan dengan BSI KCP Pinrang adalah sistem pembayaran cicilan yang digunakan, di pegadaian nasabah harus membayar cicilan melalui e-commerce dan bisa melalui indomaret dan alfamart sedangkan pada BSI nasabah tidak perlu bepergian dan hanya cukup menabungkan uangnya melalui tabungan yang digunakan dan secara otomatis akan terpotong dari saldo nasabah.⁵

Tabel. 1.1
Data Nasabah Cicil Emas Di Bsi Kcp Pinrang Pada Tahun 2022 s.d 2024

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2022	2
2.	2023	133
3.	2024	345
Jumlah		480

Sumber: Bsi Kcp Pinrang

Berdasarkan data nasabah cicil emas Kcp Pinrang 2022 s.d 2024 pada tabel 1.1, Jumlah nasabah terdapat peningkatan dari setiap tahunnya. Pada tahun 2022 jumlah nasabah hanya 2 sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 3 tahun berturut-turut, jumlah nasabah cicil emas semakin meningkat dengan jumlah keseluruhan dari tahun 2022 s.d 2024 sebanyak 480 orang nasabah, hal tersebut telah dibuktikan

⁵ Vivi Larasati Aguilera, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bsi Kcp Kabanjahe Kab. Karo)" (Uin Ar-Raniry Banda Aceh, 2023).

dengan data yang diambil dari Bsi KCP Pinrang.⁶

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini yaitu:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang?
2. Apakah suku bunga berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang?
4. Apakah kepercayaan terhadap lembaga keuangan berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang?
5. Faktor manakah yang secara signifikan mempengaruhi minat nasabah terhadap produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang.
2. Untuk menganalisis pengaruh suku bunga terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap lembaga keuangan terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang.
5. Untuk mengetahui faktor manakah yang secara signifikan mempengaruhi minat nasabah terhadap produk pembiayaan cicil emas di BSI KCP Pinrang.

⁶ Adnan, "Wawancara Dengan Pegawai BSI KCP Pinrang Mengenai Data Nasabah Cicil Emas."13 Januari 2025

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang pemasaran jasa keuangan syariah dan menambah referensi dan wawasan bagi penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap nasabah cicil emas di BSI KCP Pinrang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk berpikir ilmiah berdasarkan disiplin ilmu yang telah diperoleh dalam perkuliahan.

b. Bagi BSI KCP Pinrang

Memberikan informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan produk pembiayaan cicil emas dan membantu bank memahami kebutuhan dan preferensi nasabah untuk menarik minat lebih banyak pelanggan.

c. Bagi Nasabah

Memberikan informasi mengenai manfaat dan faktor-faktor yang mendukung pengambilan keputusan untuk menggunakan produk pembiayaan cicil emas

d. Bagi Pemerintah atau regulator

Memberikan masukan untuk meningkatkan pengawasan dan kebijakan terkait produk pembiayaan syariah agar lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian. Penelitian terdahulu telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan maupun memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

Pertama, Vivi Larasati Aguilera, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Pada Bsi Kcp Kabanjahe Kab. Karo*. Untuk mengetahui faktor faktor mana yang lebih berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif deskriptif dengan hasil penelitian dari tiga faktor yang diteliti semua berpengaruh secara simultan dengan nilai signifikansi yang diperoleh dari uji simultan sebesar 0,000. Adapun hasil penelitian terdahulu ialah faktor biaya ujah yang tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah cicil emas di BSI KCP Kabanjahe. Persamaan pada produk ini adalah keduanya membahas mengenai pembiayaan cicil emas di bank syariah Indonesia dan menggunakan metode kuantitatif, adapun perbedaan dari peneliti terdahulu variabel dependen (Y) yaitu keputusan menjadi nasabah sedangkan penulis variabel dependen (Y) adalah minat nasabah.⁷

Kedua Utami Nur Khalifah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Dalam Program Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri untuk mengetahui apakah faktor psikologis, situasional, dan sosial memberikan pengaruh*

⁷ Vivi Larasati Aguilera, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bsi Kcp Kabanjahe Kab. Karo)” (Uin Ar-Raniry Banda Aceh, 2023).

terhadap minat bertransaksi masyarakat dalam mengikuti program pembiayaan cicil emas. Teknik analisis data regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21.0. Variabel dalam penelitian ini adalah Minat Bertransaksi (Y), Faktor Psikologis (X1), Faktor Situasional (X2), dan Faktor Sosial (X3). Adapun Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor psikologis, faktor situasional dan faktor sosial berpengaruh pada minat bertransaksi masyarakat dalam program pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Mandiri Area Kebon Jeruk. Persamaan pada produk ini adalah keduanya membahas mengenai cicil emas dan penelitian ini berfokus pada faktor faktor yang mempengaruhi minat dan Sama-sama membahas lembaga berbasis syariah (BSI dan Bank Syariah Mandiri). Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu ialah mengenai objek penelitian dimana peneliti terdahulu lebih umum yaitu masyarakat dalam konteks bank syariah mandiri sedangkan penulis lebih menyoroti nasabah di Bsi Kcp Pinrang.⁸

Ketiga Inggit Eka Saputi, Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi. Penelitian ini bertujuan guna memahami apa saja faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai emas. Dengan jenis penelitian kualitatif menggunakan metode deskriptif didapatkan hasil bahwa ketiga bauran pemasaran gadai emas promosi adalah yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai emas. Dalam penelitian ini yaitu keberhasilan yang mempengaruhi minat nasabah pada produk gadai emas dari segi promosi, promosi yang dilakukan sehingga dalam setiap tahunnya untuk produk gadai emas mengalami peningkatan.

Persamaan pada produk ini Kedua judul membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk berbasis emas di perbankan syariah,

⁸ Kholifah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Masyarakat Dalam Program Pembiayaan Cicil Emas Di Banksyariah Mandiri."

berfokus pada produk terkait emas (gadai emas dan pembiayaan cicil emas). Adapun perbedaan dari peneliti terdahulu ialah judul pertama fokus pada produk gadai emas sedangkan penulis berfokus pada cicil emas dan judul pertama Berfokus pada produk gadai emas, yang biasanya terkait dengan kebutuhan pembiayaan jangka pendek sedangkan penulis berfokus pada pembiayaan cicil emas, yang biasanya bersifat investasi jangka panjang.⁹

Keempat Anisa Putri Khairani, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bsi Kantor Cabang Pembantu Teluk Kuantan. untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerapan akad murabahah pada produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Teluk Kuantan, serta untuk mengetahui bagaimana implementasi akad murabahah produk cicil emas di BSI KCP Teluk Kuantan. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian ini adalah pelaksanaan pembiayaan murabahah yang dilakukan BSI KCP Teluk Kuantan pada produk cicil emas sudah terlaksana dengan ketentuan yang berlaku, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembiayaan murabahah produk cicil emas yaitu faktor internal yang terdiri dari pegawai/SDM, kebijakan perusahaan, dan pemasaran. Adapun persamaan pada produk ini keduanya membahas produk cicil emas BSI dan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja atau penerapannya. Adapun perbedaannya ialah peneliti terdahulu berfokus pada penerapan akad syariah dalam operasional produk tersebut sedangkan penulis berfokus pada nasabah dan minat.¹⁰

Kelima Afifah, Farid Ardiansyah SE,MM Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory Of Planned Behavior. Penelitian ini bertujuan untuk

⁹ Inggit Eka Saputri, "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 1 (2022).

¹⁰ Anisa Putri Khairani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bsi Kantor Cabang Pembantu Teluk Kuantan Skripsi," 2024.

mengetahui pengaruh komponen Theory Of Planned Behavior dan dua variabel lainnya yaitu pengetahuan investasi dan religiusitas terhadap minat masyarakat berinvestasi melalui pembiayaan BSI cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Surabaya Di Ponegoro. Metode analisis yang digunakan dalam analisis ini adalah kuantitatif, analisis yang digunakan meliputi : uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS 7S 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi dengan nilai signifikan $0,012 < 0,05$. Adapun persamaan Keduanya bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat/nasabah terhadap produk yang ditawarkan dan sama-sama menjadikan produk pembiayaan cicil emas sebagai fokus utama penelitian. Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pendekatan yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan teoritis *Theory of Planned Behavior (TPB)* untuk menjelaskan minat nasabah, dengan menekankan pada faktor sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sementara itu, peneliti ini tidak secara khusus menggunakan kerangka TPB, melainkan mengkaji faktor-faktor secara umum seperti kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan yang dipandang secara praktis dapat mempengaruhi minat nasabah terhadap produk cicil emas.¹¹

B. Tinjauan Teori

1. Definisi Minat Nasabah

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian

¹¹ Afifah and Farid Ardyansyah, "Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 2879–2900, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709>.

hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.¹² Minat juga merupakan suatu sikap ketertarikan individu pada suatu objek, aktivitas atau perbuatan tersebut. Contoh seorang siswa/konseli pada kegiatan olahraga, ia menunjukkan perhatian pada kegiatan itu, merasa senang pada kegiatan itu, dan melibatkan diri untuk melakukan kegiatan itu sesuai dengan intensitas minatnya. Semakin kuat intensitas minat siswa/konseli pada kegiatan olahraga, maka akan semakin kuat pula intensitas perhatian, intensitas kesenangan dan intensitas keterlibatan perilakunya pada kegiatan olahraga yang diminati tersebut. Fungsi Minat sangat berhubungan erat dengan perasaan dan pikiran. Manusia akan memberikan suatu penilaian, menentukan sesudah memilih pilihan yang diinginkan dan secara langsung mengambil suatu keputusan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Kenyataan yang sebenarnya, Minat dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak yang diinginkan suatu individu yang bersangkutan. Minat tidak hanya selalu bersifat tetap. Semakin panjang lama waktunya, minat yang akan dialami akan terjadi perubahan yang semakin besar. Begitu juga sebaliknya, apabila lama waktu semakin kecil, terjadinya perubahan minat dapat diminimalisir. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Minat adalah ketertarikan individu pada sesuatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan memperhatikan secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.

¹² Heni Juliana, "Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu," *Skripsi*, 2021, 80.

Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi, jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaatnya.

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercaya. Nasabah bagai nafas yang menentukan apakah siklus perbankan tetap berlanjut atau tidak. Undang-Undang Perbankan secara singkat merumuskan bahwa “nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.”¹³

Minat nasabah merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut buku Umar Husein, minat konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat menjadi sumber energi untuk melaksanakan tugas atau kegiatannya untuk memenuhi dirinya. Minat nasabah terhadap produk gadai (Rahn) di BSI KCP Pinrang dapat dikemukakan bahwa minat merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia dan berfungsi sebagai pendorong dalam berbuat sesuatu yang akan terlihat pada indikator “Rasa senang, memberi perhatian, dan berperan serta dalam kegiatan/kemauan”.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut Reber faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut:

- a. Faktor Internal

¹³ R Hadi, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Meulaboh Nasional*, 2023, <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/31782/%0Ahttps://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/31782/1/Rizal> Hadi, 190603061, FEBI, PS.pdf.

Faktor internal adalah sesuatu yang membuat berminat yang datangnyanya dari dalam diri seseorang. faktor internal diantaranya pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.

b. Faktor Eksternal

Dalam Faktor eksternal adalah suatu hal yang membuat seseorang berminat yang timbul dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedianya sarana dan prasarana atau fasilitas serta keadaan.

Faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang yaitu:

- a) Faktor kebutuhan dari dalam Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan, berupa kebutuhan jasmani maupun kejiwaan..
- b) Faktor motif sosial Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial, diantaranya: kebutuhan mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- c) Faktor emosional faktor yang merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.¹⁴

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah selain faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Layanan

Kualitas layanan menjadi faktor yang penting diteliti kembali karena merupakan hal dasar yang dibutuhkan nasabah. Kualitas pelayanan nasabah juga sangat penting dalam pemasaran jasa dimana kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹⁵ Kualitas layanan

¹⁴ Khusnah Amirul, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Ogan Lima Kec. Abung Barat, Kab. Lampung Utara)" (Uin Raden Intan Lampung, 2022).

¹⁵ Rusnaena Jumiarni, Moh Yasin Soumena, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Kcp Polewali," *Karya Riset Mahasiswa Akuntansi* 1, no. 1 (2019): 20–27.

sangat diperlukan dengan memberikan dan memenuhi fasilitas dan respon yang cepat, tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan pelayanan yang ramah serta tata krama yang baik akan dapat memuaskan nasabah.¹⁶ Kualitas diartikan juga sebagai suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pelayanan didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar kepuasan konsumen tercapai. Sedangkan kualitas layanan adalah level keunggulan yang diharapkan oleh perusahaan serta upaya pengendalian terhadap level keunggulan tersebut dalam rangka memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang sesuai dengan yang diharapkannya.¹⁷

b. Suku Bunga

Suku bunga adalah biaya yang dibayarkan oleh peminjam kepada pemberi pinjaman untuk penggunaan uang selama periode tertentu. Biasanya dinyatakan dalam persentase dari jumlah pinjaman, suku bunga mencerminkan risiko yang diambil oleh pemberi pinjaman dan biaya peluang yang terkait dengan penggunaan dana tersebut. Dalam konteks ekonomi, suku bunga memainkan peran penting dalam menentukan biaya pinjaman dan imbal hasil atas simpanan. Ada berbagai jenis suku bunga, termasuk suku bunga tetap dan suku bunga variabel.

¹⁶ Meli Andriyani and Riski Ardianto, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank," *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 02 (2020): 133–40, <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>.

¹⁷ Any Meilani and Dian Sugiarti, "Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 2501, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>.

Suku bunga tetap tidak berubah selama periode pinjaman, memberikan kepastian bagi peminjam tentang biaya total yang akan dibayar. Suku bunga juga merupakan harga dari penggunaan uang atau biasa juga disebut sebagai sewa atas penggunaan uang untuk jangka waktu tertentu. Atau harga dari meminjam uang untuk dapat menggunakan daya belinya dan biasanya dinyatakan dalam persen. Bunga dalam segi penawaran juga dapat diartikan sebagai pendapatan atas pemberian kredit, sehingga pemilik dana juga akan menggunakan dananya untuk bisa melakukan investasi dengan perjanjian harga yang tinggi. Sedangkan, dalam segi permintaan ini dapat diartikan sebagai suatu biaya atas pinjaman atau imbalan atas penggunaan uang yang dipinjam oleh para nasabah tertentu. Dalam transaksi tersebut, kita juga akan mengenakan istilah suku bunga.¹⁸

c. Promosi

Faktor penentu minat menabung selanjutnya adalah promosi. Promosi diartikan sebagai sarana langsung dan tidak langsung untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang suatu produk dengan harapan konsumen akan membeli produk tersebut. Bank syariah mengadakan promosi untuk membiasakan masyarakat dengan produk dan sistem perbankan syariah. Promosi di dunia bisnis bukan hanya mampu menginformasikan, tetapi juga harus mampu membujuk, mengingatkan calon nasabah agar mereka mau menabung di Bank syariah. Memasarkan produk dan memberikan pelayanan kepada konsumen agar konsumen dapat mencapai tujuan penggunaan produk yang ditawarkan. Pemasaran selain menjual, juga mengupayakan agar konsumen dapat diberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya agar tujuan daripada promosi dapat terwujud yakni loyalitas konsumen.¹⁹

¹⁸ Novi Natalia, "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Suku bunga kepada nasabah dan debitur pada bank X di Medan," *jurnal riset akuntansi & keuangan* 8, no 1 (2022).

¹⁹ I Nyoman Budiono, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 2022.

Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan produk, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Setelah perusahaan memutuskan strategi pemasaran kompetitifnya secara keseluruhan, perusahaan harus mulai menyiapkan perencanaan bauran pemasaran yang rinci, yang selanjutnya dipahami sebagai bauran pemasaran.²⁰ Promosi dianggap sangat penting dalam dunia bisnis yang saat ini sangat kompetitif, tujuannya agar masyarakat membeli atau menggunakan barang dan jasa yang dijual. Semakin baik promosi yang sampai kepada seseorang tentang bank syariah maka akan semakin meningkat minat menabungnya.²¹

d. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan nasabah terhadap kredibilitas, integritas, dan kemampuan lembaga keuangan atau penyedia produk cicil emas dalam memenuhi janji dan tanggung jawabnya. Dalam konteks ini, kepercayaan mencakup persepsi nasabah terhadap keamanan transaksi, transparansi informasi, rekam jejak lembaga, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah (jika produk berbasis syariah). Kepercayaan menjadi faktor penting karena produk pembiayaan emas melibatkan komitmen jangka panjang dan nilai aset yang tinggi, sehingga nasabah cenderung hanya akan tertarik jika mereka yakin bahwa lembaga tersebut dapat dipercaya dan produk yang ditawarkan tidak merugikan. Kepercayaan juga sering disebut aosiatif atribut yaitu

²⁰ Safrida and Musmulyadi, "EFFECT OF MARKETING ON CONSUMER PURCHASE DECISION ON PRIVATE CARD PRODUCTS IN PT. TELKOMSEL GRAPARI MAKASSAR Safrida 1 , Musmulyadi 2 STIE Bajiminasa Makassar Indonesia 1 , IAIN Pare-Pare Indonesia 2 Syafrida168@gmail.Com 1" 4, no. 5 (2021): 771–78.

²¹ Hilmi Musyaffa and Muhammad Iqbal, "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business* 2, no. 2 (2022): 167, <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>.

kepercayaan konsumen tentang hubungan potensial antara objek dan atribut terkait.²²

3. Produk Cicil Emas

Salah satu produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia yang banyak diminati oleh masyarakat adalah produk gadai dan cicil emas. Produk cicil emas ini merupakan alternatif pembiayaan untuk nasabah yang ingin memiliki emas batangan yang proses pembayarannya dilakukan dengan cara mengangsur. Produk pembiayaan cicil emas ini tentunya dinilai sebagai produk yang sangat menarik karena dapat menguntungkan semua pihak yang terlibat, selain itu emas juga dianggap sebagai bentuk investasi jangka panjang yang ketika dibutuhkan sewaktu-waktu dapat dengan mudah diuangkan kembali. Dalam investasi menggunakan emas tentunya terdapat beberapa keuntungan, salah satunya adalah ketika investasi emas terhindar dari inflasi, dimana ketika melakukan investasi berupa uang seiring dengan berjalannya waktu maka nilai dari uang tersebut akan berpengaruh dengan tingkat inflasi.²³

a. Cicil emas

Cicil emas adalah pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah khususnya Bank Syariah Indonesia, yang artinya akad penyediaan barang berdasarkan sistem jual beli. Bank berdasarkan prinsip syariah menerapkan segala aturan perikatan berdasarkan atas dasar hukum islam antar bank dengan pihak lain dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermeditasi. Bank syariah mengikuti system ekonomi islam yakni dibangun atas prinsip-prinsip religious yang senantiasa

²² Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Bank BNI Cabang Makassar),” *YUME : Journal of Management* 4, no. 1 (2021): 2021–2208, <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.76>.

²³ Reka Indriani and Muhammad Alhada Fuadillah Habib, “Pelaksanaan Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 Dalam Perspektif Perbankan Syariah,” *Jurnal Cahaya Mandalika* 4, no. 3 (2023): 557–74, <https://doi.org/10.36312/jcm.v4i3.1885>.

berorientasi dunia dan ukhrowi.²⁴ Bank sebagai penjual menyediakan kebutuhan nasabah dengan harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati. Jenis emas yang dibiayai adalah emas lantakan (batangan) minimal 10 gram maksimal 250 gram. Nilai pembiayaan jenis emas batangan maksimal 80% dari harga beli dengan uang muka 20%. Nilai maksimal pembiayaan cicil emas adalah Rp150.000.000. Memiliki emas dengan cara mencicil, membayar sejumlah uang muka yang besarnya antara 20% hingga 45% dari nilai emas yang dikehendaki, kemudian lama waktu yang diberikan BSI cicil emas adalah 2 tahun dan maksimal 5 tahun.²⁵

Adapun Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor: 77 /DSNMUI/IV/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai menjelaskan bahwa pada cicil emas itu diperbolehkan selama emas tidak menjadi alat tukar (uang), baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah. Dalam transaksi ini ada tiga batasan dan ketentuan, yaitu:

- a. Harga jual (tsuman) tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perjanjian waktu setelah jatuh tempo.
- b. Emas yang dibeli dengan pembiayaan tidak tunai boleh dijadikan jaminan (rahn).
- c. Emas yang dijadikan jaminan sebagaimana dimaksud dalam angka dua tidak dibolehkan diperjualbelikan atau dijadikan objek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan. (Kumpulan Fatwa DSN MUI Tentang Pembiayaan Emas).²⁶

b. Manfaat Cicil Emas

²⁴ M.Pd Arwin, S.E, M.Si Sutrisno, SPd., *Arwin, S.E, M.Si Sutrisno, SPd., M.Pd, Manajemen Kesehatan Bank*, 2022.

²⁵ Jureid, "SEKRETARIAT: PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH STAIN MADINA, SUMATERA UTARA, INDONESIA HP/WA: 082186121778 EMAIL: Journaljibf@gmail.Com Penerapan Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 Pada Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Pany" 4, no. 1 (2023): 52–60, <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/jibf/article/view/1232>.

²⁶ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa Dewan Syariah No 77 Tahun 2010 Tentang Jual - Beli Emas Secara Tidak Tunai," *Dewan Syariah Nasional MUI*, no. 51 (2010)

Manfaat pembiayaan emas adalah

- a) Aman karena emas memiliki nasabah diasuransikan
 - b) Likuid, emas yang dimiliki nasabah dapat dijual dan digadaikan
 - c) Berfungsi sebagai tabungan
 - d) Membantu nasabah yang ingin memiliki emas
- c. Akad yang digunakan dalam Produk Cicil Emas
- a) Akad murabahah merupakan akad yang digunakan antara Bank sebagai penjual dengan nasabah sebagai pembeli. Harga pembelian emas cicilan ini merupakan harga awal ditambah dengan keuntungan yang disepakati antara pihak Bank dengan pembeli diawal terjadinya akad.
 - b) Akad Rahn merupakan akad jaminan barang berupa emas yang masih didalam pembayaran secara cicilan oleh pihak nasabah. Akad rahn/gadai terjadi langsung sebagai bentuk jaminan atas emas yang dicicilkan nasabah.²⁷

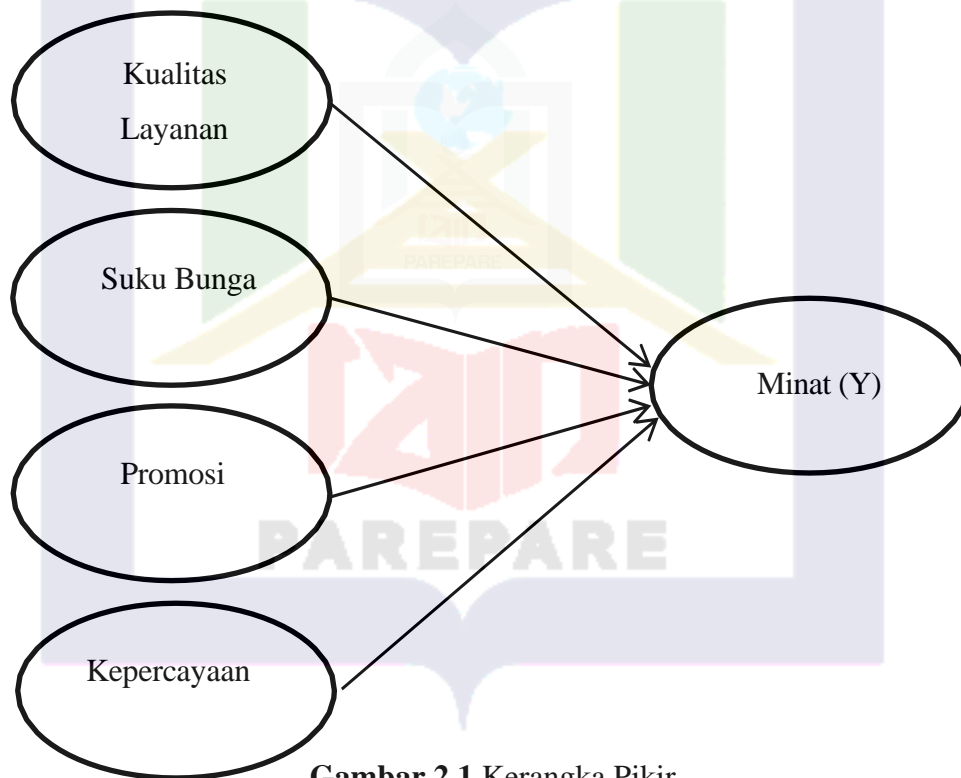
Pembiayaan BSI Cicil Emas merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh BSI untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan dengan cara sangat mudah dan menguntungkan. Selain investasi, cicil emas juga diharapkan mampu menjadi wadah untuk masyarakat untuk lebih selektif menyelamatkan dana yang dimiliki agar tidak terbuang dengan sia-sia. Khusus kepada nasabah pembiayaan, mereka hanya mengetahui pembiayaan syariah secara garis besar saja, yaitu menggunakan prinsip bagi hasil (mudharabah). Sebenarnya pembiayaan syariah bukan hanya menggunakan

²⁷ Dwi Rara Amiyati, Ahmad Fuadi, and Asmawarna Sinaga, “Pelaksanaan Multi Akad (Murabahah Dan Rahn) Pada Produk Cicil Emas Menurut FatwaDSN MUI Pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Stabat” 1 (2022): 55–65.

prinsip bagi hasil saja. Tetapi banyak prinsip-prinsip syariah lain digunakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI).²⁸

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antar konsep dan atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Kerangka pikir biasanya dikemukakan dalam bentuk skema atau diagram dengan tujuan untuk mempermudah memahami. Sesuai dengan judul proposal peneliti yaitu Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bsi Kcp Pinrang.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

²⁸ Rahmad Hendi Zaelani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi," *RIBHUNA: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2022): 14–24.

D. Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (X) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

a. Hipotesis Nol (H_0) :

Kualitas layanan, suku bunga, promosi dan kepercayaan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada produk cicil emas.

b. Hipotesis Alternatif (H_1) :

Kualitas layanan, suku bunga, promosi dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada produk cicil emas.

2. Hipotesis Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (X) secara parsial (satu per satu) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

H_1 (Kualitas Layanan)

H_0 : kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

H_1 : kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

H_2 (Suku Bunga)

H_0 : Suku Bunga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

H_2 : Suku Bunga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

H_3 (Promosi)

H_0 : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

H_3 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

H_4 (Kepercayaan)

H_0 : Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

H_4 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis dan menjelaskan fenomena. Metode ini menggunakan instrumen yang terstandarisasi, seperti kuesioner atau survei, untuk mengumpulkan data dari populasi yang besar, sehingga hasilnya dapat digeneralisasi. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur variabel- variabel tertentu dan mencari hubungan antar variabel tersebut melalui analisis statistik. Ciri khas dari penelitian ini adalah objektivitas dan sistematis dalam pengumpulan data, serta penggunaan model matematis untuk menjelaskan hasil. Dengan demikian, penelitian kuantitatif sangat berguna dalam berbagai bidang, seperti ilmu sosial, kesehatan, dan pendidikan, untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data.²⁹

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Pemilihan dan Penempatan Lokasi penelitian ini bertempat di Bank Syariah Indonesia KCP Pinrang Jl. Sultan Hasanuddin No.34, Kel. Sawitto, Kec. Watang Sawitto, Kab. Pinrang, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian yang dibutuhkan adalah sekitar kurang lebih 2 bulan disesuaikan dengan waktu yang dibutuhkan penulis untuk meneliti.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

²⁹ Aditya Mardiasuti, "Pengertian Tujuan Penelitian, Jenis, Dan Contohnya," *Detik Jabar*, (2022).

Populasi adalah keseluruhan individu atau objek yang menjadi fokus dalam suatu penelitian, yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin dipelajari. Dalam konteks penelitian, populasi dapat terdiri dari manusia, hewan, tumbuhan, atau objek lainnya yang relevan dengan tujuan penelitian. Menurut populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Populasi dapat dibedakan menjadi populasi terbatas, di mana jumlah anggotanya dapat dihitung, dan populasi tidak terbatas, di mana jumlahnya tidak dapat ditentukan secara pasti. Dalam penelitian, sering kali tidak mungkin untuk mengamati seluruh populasi, sehingga peneliti menggunakan sampel sebagai perwakilan dari populasi tersebut untuk menarik kesimpulan yang lebih praktis dan efisien.³⁰ Dengan demikian maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI KCP Pinrang dari tahun 2022 s.d tahun 2024 yang berjumlah 480 nasabah.³¹

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³² Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan, yaitu *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik tersebut dilakukan dengan memilih sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 71 responden berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh penulis.

Adapun kriteria yang menjadi pertimbangan penulis dalam menentukan sampel pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Pernah atau sedang menggunakan produk cicil emas di BSI KCP Pinrang.

³⁰ Qotrun A, "Rumus Slovin: Definisi, Contoh Soal, Beserta Pemahaman Mengenai Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian," *Gramedia Blog*, (2022).

³¹ Adnan, "Wawancara Dengan Pegawai BSI KCP Pinrang Mengenai Data Nasabah Cicil Emas." (2024).

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung : Alfabeta, 2012).

- b. Memiliki akun atau menjadi nasabah aktif BSI.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik/angka.

2. Sumber Data

Sumber Data dalam penelitian ini digolongkan menjadi dua bagian yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti dan dari orang yang bersangkutan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data original. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari nasabah cicil emas di BSI KCP Pinrang dan hasil penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden terhadap Faktor - faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di Bsi KCP Pinrang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti yang dalam hal ini Faktor - faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di Bsi KCP Pinrang.

E. Teknik Pengumpulan dan pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai standar yang ditetapkan. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan sebagai berikut :

c. Observasi

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap objek tertentu dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi atau data. Secara umum, observasi dapat didefinisikan sebagai proses mengamati dan mencatat fenomena yang terjadi di lapangan dengan sistematis dan objektif.

d. Kuesioner

Kuesioner adalah alat atau instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden. Kuesioner sering dianggap sebagai teknik wawancara tertulis dan dapat dilakukan secara langsung, melalui telepon, atau secara online. Tujuan utama dari kuesioner adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan dari responden mengenai topik yang diteliti.³³

e. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan mencatat dan dokumen lainnya mengenai data sekunder yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengolahan Data

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan lima alternatif jawaban menggunakan skala likert dengan scoring :

Table 3.1 Skala Likert

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat setuju	SS	5

³³ "Pengertian Kuesioner, Jenis, Cara Membuat Dan Contohnya," *Populix*, (2023).

Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Kegiatan mengolah data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap yaitu:

a. Proses Editing

Mengedit adalah memeriksa daftar pernyataan telah diserahkan oleh para pengumpul data. Pada prinsipnya proses editing bertujuan agar data pernyataan yang nanti akan dianalisis telah akurat dan lengkap.

b. Proses Coding

Coding adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden kedalam kategori-kategori. Klasifikasi bisa dilakukan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban.

c. Proses Tabulasi

Tabulasi adalah pekerjaan membuat tabel. Jawaban-jawaban yang sudah diberi kode kategori jawaban kemudian dimasukan kedalam table.

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu konsep yang dapat diukur dan memiliki variasi dalam penelitian. Dalam ilmu pengetahuan, variabel berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara fenomena yang berbeda. Variabel dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, seperti variabel independen, yang merupakan faktor yang dimanipulasi atau diubah oleh peneliti, dan variabel dependen, yang merupakan hasil yang diukur untuk melihat efek dari perubahan variabel independen. Selain itu, terdapat juga variabel kontrol yang digunakan untuk mengurangi pengaruh faktor luar yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, variabel seringkali dinyatakan dalam bentuk angka, sedangkan dalam penelitian kualitatif, variabel dapat berupa kategori atau

deskripsi.

Pemahaman yang jelas tentang variabel sangat penting dalam merancang penelitian yang valid dan variabel, karena kesalahan dalam pengukuran atau pengelompokan variabel dapat mengakibatkan kesimpulan yang salah. Oleh karena itu, peneliti harus secara cermat mendefinisikan dan mengoperasionalkan variabel yang digunakan dalam studi mereka untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat memberikan informasi yang akurat dan bermanfaat.³⁴

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	Kualitas Layanan (X1)	Tindakan atau kegiatan yang diberikan perusahaan dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan jasa yang melebihi harapan konsumen sehingga memberikan kepuasan bagi konsumen.	1. Keandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati

³⁴ Kholida Qothrunnada, "Pengertian Variabel Dan Jenisnya Dalam Penelitian," *DetikEdu*, (2021

2.	Suku Bunga (X2)	Suku bunga adalah biaya yang dikenakan oleh pemberi pinjaman kepada peminjam, biasanya dinyatakan dalam persentase dari jumlah yang dipinjam dalam periode tertentu. Suku bunga mempengaruhi biaya pinjaman dan pengembalian investasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Margin 2. Transparansi Margin 3. Kemudahan dan fleksibilitas pembayaran
3.	Promosi (X3)	Usaha perusahaan untuk memberitahu, membujuk, atau mengingatkan konsumen tentang produk produknya, atau idenya agar supaya tujuan perusahaan dapat tercapai.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan 2. promosi Penjualan 3. Pemasaran Langsung 4. Personal Selling
4.	Kepercayaan (X4)	Kepercayaan mengacu pada tingkat keyakinan konsumen dan investor terhadap stabilitas ekonomi dan kemampuan mereka untuk memenuhi kewajiban keuangan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran 2. Keandalan informasi 3. Rasa aman

5.	Minat (Y)	Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan.	1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 4. Tindakan

G. Instrumen Penelitian

Untuk menguji dan membuktikan hipotesis maka diperlukan data yang mendukung, untuk memperoleh data lengkap yang diperlukan suatu metode pengumpulan data yang sesuai masalah yang diteliti, karena hal ini dapat menentukan keberhasilan atau penelitian. Berkaitan dengan hal tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan metode Angket/ Kuesioner.

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Dalam angket berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian dan dijawab sesuai karakteristik responden itu sendiri. Metode Penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang berbentuk skala likert dengan Setiap jawaban dari responden dihubungkan dengan pertanyaan responden yang dijabarkan melalui indikator-indikator dari setiap variabel. Kemudian indikator-indikator itu sendiri dijadikan titik tolak ukur untuk menyusun setiap pertanyaan.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian dengan menggunakan skala Likert 5 poin.

Table 3.3 Skala Likert

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

H. Teknik Analisis Data

1. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut arikunto validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat diperoleh oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang terjadi pada objek penelitian. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan Content Validity yang dapat menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang diukur dengan menggunakan SPSS versi 25.

- 1.) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid.
- 2.) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut tidak valid.

Dinyatakan valid Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0.05).³⁵

b. Uji Reliabilitas

³⁵ Sofyan Siregar, *Statistik Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014).

Uji Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran yang sama pula. Pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS versi 25, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $r_{\text{(hitung)}} > 0,6$.³⁶

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi tersebut secara normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas peneliti menggunakan metode grafik *Plot* yaitu melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *Plot*. Bila titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedasitas, namun jika varians dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedasitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen = 0. Salah satu cara untuk mendeteksi

³⁶ Sofyan Siregar, *Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), h. 90

kolonier dilakukan dengan mengkorelasikan antara variabel bebas & apabila korelasinya signifikan antara variabel bebas tersebut, maka terjadi multikolinearitas.

3. Uji Analisa Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan lebih dari satu variabel yang merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana, dan juga digunakan untuk alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas. Dengan menganalisis pengaruh kualitas layanan, suku bunga, promosi dan kepercayaan sebagai variabel independen (bebas) dan minat Nasabah sebagai variabel dependen (terikat) maka persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y	: Minat
a	: Elemen konstanta
β	: Koefisien regresi variabel independen
X1	: Kualitas Layanan
X2	: Suku Bunga
X3	: Promosi
X4	: Kepercayaan
e	: Standar error

4. Uji Hipotesis

a. Uji statistik t (Parsial)

Uji ini dilakukan terhadap data original untuk menguji korelasi antar variabel yang dianalisis, dan untuk mengetahui pengaruh variabel X (kualitas layanan, suku bunga, promosi dan kepercayaan) secara parsial terhadap variabel Y (minat) Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a) $H_0: \mu = 0$; tidak ada pengaruh positif antara variabel independen (kualitas layanan, suku bunga, promosi dan kepercayaan) terhadap variabel dependen, yaitu minat nasabah.
- b) $H_a: \mu > 0$; ada pengaruh positif antara variabel independen (kualitas layanan, suku bunga, promosi dan kepercayaan) terhadap variabel dependen, yaitu minat nasabah. Taraf nyata (α) yang digunakan adalah 5%, dimana hasil pengujian:
- c) $\text{Sig} < (0,05)$, maka H_a ditolak Artinya: (1) variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat (2) tidak ada pengaruh di antara variabel yang diuji.
- d) $\text{Sig} > (0,05)$, maka H_a diterima Artinya: (1) variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat (2) ada pengaruh di antara variabel yang diuji.

b. Uji Statistik F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $\text{sig F} > 0,05$. Artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $\text{sig F} < 0,05$. Artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

5. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya bertujuan untuk mengukur besarnya kontribusi variasi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).³⁷ Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai

³⁷Iman Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 3, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 97.

yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variasi variabel dependen.³⁸



³⁸ Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 3 (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Pinrang, tepatnya di Jl. Sultan Hasanuddin No.34, Kel. Sawitto, Kec. Watang Sawitto, Kab. Pinrang. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan, setelah mendapat persetujuan dari pemerintah setempat melalui surat izin penelitian resmi. Metodologi yang diterapkan telah sesuai dengan prosedur penelitian standar. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Sebanyak 71 sampel diteliti dalam penelitian ini. Kuesioner disebarkan kepada nasabah yang pernah atau sedang mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang, sehingga peneliti dapat mengumpulkan tanggapan untuk setiap pernyataan yang diberikan.

1. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Karakteristik

Dari 71 sampel yang diteliti, maka responden tersebut dapat dikategorikan berdasarkan beberapa karakteristik, yaitu sebagai berikut:

- a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	11	15,5%
Perempuan	60	84,5%

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 25

Berdasarkan data diatas yang ditampilkan pada table 4.1 penelitian ini menggunakan sebanyak 71 responden, dimana pada sampel yang dipilih ditinjau berdasarkan jenis kelamin, sampel keseluruhan meliputi Laki-laki sebanyak 11 orang (15,5%), perempuan sebanyak 60 orang (84,5%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh nasabah yang berjenis kelamin perempuan, data ini diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Versi 25.

b. Karakteristik berdasarkan usia

Table 4.2 Karakteristik berdasarkan usia responden

Usia	Frekuensi	Persentase
20-24 Tahun	6	8,5%
25-29 Tahun	18	25,4%
30-35 Tahun	17	23,9%
36-40 Tahun	16	22,5%
41-49 Tahun	10	14,1%
50 Tahun Ke Atas	4	5,6%

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 25

Berdasarkan data yang diatas yang ditampilkan pada table 4.2 penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 71 responden, dimana pada sampel yang dipilih ditinjau berdasarkan usia, sampel keseluruhan meliputi 20-24 Tahun sebanyak 6 orang (8,5%), 25-29 Tahun sebanyak 18 orang (25,4%), 30-35 Tahun sebanyak 17 orang (23,9%), 36-40 Tahun sebanyak 16 orang (22,5%), 41-49 Tahun sebanyak 10 orang (14,1%) dan 50 tahun ke atas sebanyak 4 orang (5,6%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh nasabah dengan usia 25-29 tahun, data ini diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Versi 25.

c. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Table 4.3 Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
Pegawai Negeri	20	28,2%
Pegawai Swasta	14	19,7%
Wiraswasta	13	18,3%
Lainnya	24	33,8%

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 25

Berdasarkan data yang diatas yang ditampilkan pada table 4.2 penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 71 responden, dimana pada sampel yang dipilih ditinjau berdasarkan usia, sampel keseluruhan meliputi Pegawai Negeri sebanyak 20 orang (28,2%), Pegawai Swasta 14 orang (19,7%), Wiraswasta sebanyak 13 orang (18,3%), dan Lainnya sebanyak 24 orang (33,8%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh nasabah dengan pekerjaan lainnya, data ini diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Versi 25.

c. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir

Table 4.4 Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir responden

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
SMA/SMK	32	45,1%
Sarjana	34	47,9%
Pascasarjana	1	1,4%
Diploma	4	5,6%

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 25

Berdasarkan data yang diatas yang ditampilkan pada table 4.2. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 71 responden, dimana pada sampel yang dipilih ditinjau berdasarkan pendidikan terakhir, sampel keseluruhan meliputi SMA/SMK sebanyak 32 orang (45,1%), Sarjana sebanyak 34 orang (47,9%), Pascasarjana sebanyak 1 orang (1,4%), dan Diploma sebanyak 4 orang (5,6%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh nasabah dengan pendidikan terakhir sarjana, data ini diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Versi 25.

Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Kualitas Layanan	71	28.00	40.00	32.8874	2.16827
Suku Bunga	71	12.00	26.00	21.5352	3.50441
Promosi	71	25.00	37.00	31.7183	2.06455
Kepercayaan	71	19.00	26.00	23.7324	1.54880
Minat Nasabah	71	27.00	35.00	31.7324	1.78051
Valid N (listwise)	71				

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 25

Penelitian ini terdapat dua variable yaitu variable bebas dan variable terikat, yang dimana yang menjadi variable bebas yaitu Kualitas Layanan (X1), Suku Bunga (X2), Promosi (X3), Kepercayaan (X4). Adapun yang menjadi variable terikat (Y) yaitu Minat Nasabah. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 71 responden.

Table 4.5 ini menunjukkan nilai minimum pada variable X1 yaitu 28.00, nilai maximum yaitu 40.00, nilai rata-rata *mean* yaitu 32.8874 dan nilai *standart deviation* untuk variable X1 yaitu 2.16827. Untuk nilai minimum X2 yaitu 12.00, nilai maximum yaitu 26.00, nilai rata-rata *mean* yaitu 21.5352 dan nilai *standart deviation* untuk variable X2 yaitu 3.50441. Nilai minimum pada variable X3 yaitu 25.00, nilai maximum yaitu 37.00, nilai rata-rata *mean* yaitu 31.7183 dan nilai *standart deviation* untuk variable X3 yaitu 2.06455. Nilai minimum pada variable X4 yaitu 19.00, nilai maximum yaitu 26.00, nilai rata-rata *mean* yaitu 23.7324, dan nilai *standart deviation* untuk variable X4 yaitu 1.54880. Adapun nilai minimum Y yaitu 27.00, nilai maximum yaitu 35.00, nilai rata-rata *mean* yaitu 31.7324, dan nilai *standart deviation* untuk variable Y yaitu 1.78051.

B. Pengujian Persyaratan Analisis data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak tidaknya suatu koesioner. Pengujian r_{hitung} dengan r_{table} . Dalam membandingkan hasil pengukuran r_{hitung} dengan r_{table} dapat diketahui dengan menggunakan rumus :

$$df = N - 2$$

$$df = 71 - 2$$

$$df = 69$$

berikut merupakan hasil uji validitas yang telah diuji melalui SPSS.

Tabel 4.6 hasil uji validitas Kualitas Layanan (X1)

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R table	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	1	0.468	0.2335	Valid
	2	0.285	0.2335	Valid
	3	0.526	0.2335	Valid
	4	0.505	0.2335	Valid
	5	0.439	0.2335	Valid
	6	0.517	0.2335	Valid
	7	0.458	0.2335	Valid
	8	0.383	0.2335	Valid

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS 25)

Tabel di atas 4.6, hasil uji validitas dari butir pertanyaan pertama diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.468) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan pertama pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan dua diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.285) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan kedua pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan tiga diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.526) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan ketiga pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan empat diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.505) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan keempat pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran lima diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.439) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan kelima pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan enam diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.517) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan keenam pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan tujuh diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.458) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan ketujuh pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan delapan diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.383) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan kedelapan pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS, maka uji validitas variabel Suku Bunga (X2) dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.7 Hasil uji validitas Suku bunga (X2)

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R table	keterangan
Suku Bunga (X2)	1	0.685	0.2335	Valid
	2	0.796	0.2335	Valid
	3	0.382	0.2335	Valid
	4	0.731	0.2335	Valid

	5	0.742	0.2335	Valid
	6	0.757	0.2335	valid

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS 25)

Table diatas pada 4.7, hasil uji validitas dari butiran pertanyaan pertama diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.685) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan pertama pada variabel suku bunga dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan dua diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.796) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan kedua pada variabel suku bunga dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan tiga diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.382) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan ketiga pada variabel suku bunga dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan empat diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.731) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan ketiga pada variabel suku bunga dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan lima diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.742) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan kelima pada variabel suku bunga dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan enam diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.757) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan keenam pada variabel suku bunga dinyatakan valid.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS, maka uji validitas variabel Promosi (X3) dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.8 hasil Uji Validitas Promosi (X3)

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Promosi (X3)	1	0.327	0.2335	Valid
	2	0.259	0.2335	Valid
	3	0.237	0.2335	Valid
	4	0.559	0.2335	Valid

	5	0.545	0.2335	Valid
	6	0.482	0.2335	Valid
	7	0.564	0.2335	Valid
	8	0.244	0.2335	Valid

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS 25)

Tabel di atas 4.8, hasil uji validitas dari butir pertanyaan pertama diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.327) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan pertama pada variabel promosi dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan dua diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.259) < r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan kedua pada variabel promosi dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan tiga diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.237) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan ketiga pada variabel promosi dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan empat diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.559) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan keempat pada variabel promosi dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan lima diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.545) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan kelima pada variabel promosi dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan enam diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.482) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan keenam pada variabel promosi dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan tujuh diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.564) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan ketujuh pada variabel promosi dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan delapan diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.244) < r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan kedelapan pada variabel promosi dinyatakan valid.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS, maka uji validitas variabel Kepercayaan (X4) dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.9 hasil Uji Validitas Kepercayaan (X4)

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R table	keterangan
----------	------------	----------	---------	------------

Kepercayaan (X4)	1	0.399	0.2335	Valid
	2	0.480	0.2335	Valid
	3	0.412	0.2335	Valid
	4	0.435	0.2335	Valid
	5	0.455	0.2335	Valid
	6	0.264	0.2335	valid

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS 25)

Table diatas pada 4.9, hasil uji validitas dari butiran pertanyaan pertama diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.399) > r_{tabel} (0.2335)$ artinya pada butiran pertanyaan pertama pada variabel kepercayaan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan dua diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.480) > r_{tabel} (0.2335)$ artinya pada butiran pertanyaan kedua pada variabel kepercayaan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan tiga diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.412) > r_{tabel} (0.2335)$ artinya pada butiran pertanyaan ketiga pada variabel kepercayaan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan empat diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.435) > r_{tabel} (0.2335)$ artinya pada butiran pertanyaan ketiga pada variabel kepercayaan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan lima diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.455) > r_{tabel} (0.2335)$ artinya pada butiran pertanyaan kelima pada variabel kepercayaan dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan enam diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.264) > r_{tabel} (0.2335)$ artinya pada butiran pertanyaan keenam pada variabel kepercayaan dinyatakan valid.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS, maka uji validitas variabel Minat Nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10 hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y)

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R table	Keterangan
Minat Nasabah (Y)	1	0.347	0.2335	Valid
	2	0.371	0.2335	Valid
	3	0.373	0.2335	Valid
	4	0.353	0.2335	Valid
	5	0.261	0.2335	Valid
	6	0.432	0.2335	Valid
	7	0.409	0.2335	Valid
	8	0.406	0.2335	Valid

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS 25)

Tabel di atas 4.10, hasil uji validitas dari butir pertanyaan pertama diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.347) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan pertama pada variabel minat nasabah dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan dua diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.371) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan kedua pada variabel minat nasabah dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan tiga diperoleh nilai r_{hitung} sebesar $(0.373) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan ketiga pada variabel minat nasabah dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan empat diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.353) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan keempat pada variabel minat nasabah dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan lima diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.261) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan kelima pada variabel minat nasabah dinyatakan valid. Pada butir pertanyaan enam diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.432) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butir pertanyaan keenam

pada variabel minat nasabah dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan tujuh diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.409) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan ketujuh pada variabel minat nasabah dinyatakan valid. Pada butiran pertanyaan delapan diperoleh r_{hitung} sebesar $(0.406) > r_{tabel}$ (0.2335) artinya pada butiran pertanyaan kedelapan pada variabel minat nasabah dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas dimaksudkan untuk memastikan konsisten instrument. Instrument yang reliable jika alat ukur yang digunakan stabil, andal, dan dapat digunakan untuk peramalan. Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*, kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Realibilitas	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0.688	0.60	Reliabel
Suku Bunga (X2)	0.771	0.60	Reliabel
Promosi (X3)	0.652	0.60	Reliabel
Kepercayaan (X4)	0.606	0.60	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	0.601	0.60	Reliabel

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS versi 25)

Tabel di atas pada 4.11, menunjukkan seluruh nilai *Cronbach' alpha* lebih besar dari 0,60, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh instrumen reliabel. Hal ini dapat dilihat pada variabel Kualitas Layanan (X1) nilai *Cronbach' alpha* nya sebesar 0,688, pada variabel Suku Bunga (X2) nilai *Cronbach' alpha* nya sebesar 0,771, pada variabel Promosi (X3) nilai *Cronbach' alpha* nya sebesar 0,652, kemudian pada variabel Kepercayaan (X4) nilai *Cronbach' alpha* nya sebesar 0,606, dan pada variabel Minat Nasabah (Y) nilai *Cronbach' alpha* nya sebesar 0,601. Jadi semua item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner dinyatakan reliabel. Data ini diolah menggunakan IBM SPSS versi 25.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data yang dikumpulkan memiliki distribusi normal. Teknik uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan kolmogrov-smirnov.

**Table 4.12 Hasil Uji Normalitas
One-SampleKolmogrov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65314801
	Absolute	.083
Most Extreme Differences	Positive	.083
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.697
Asymp. Sig. (2-tailed)		.716

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS versi 25)

Tabel di atas pada 4.12, menyatakan bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar $0,716 > 0,05$. Maka sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan Kolmogrov-Smirnov yang artinya dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi dan persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar analisis uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode glejser, yaitu jika nilai signifikansi (sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.755	3.069		.246	.806
Kualitas layanan	.113	.060	.269	1.878	.065
1 Suku Bunga	.058	.037	.223	1.590	.117
Promosi	-.100	.059	-.225	-1.692	.095
Kepercayaan	-.014	.072	-.023	-.188	.851

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS versi 25)

Tabel di atas 4.13 dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi variabel Kualitas Layanan diperoleh $0,065 > 0,05$, nilai signifikansi variabel Suku Bunga diperoleh $0,117 > 0,05$, nilai signifikansi variabel Promosi diperoleh $0,095 > 0,05$, dan nilai signifikan variable Kepercayaan diperoleh $0,851 > 0,05$.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai toleransi dan VIF. Apabila nilai toleransi $< 0,01$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai toleransi $> 0,01$ dan $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Layanan	0,646	1,548	Tidak terjadi multikolinearitas
Suku Bunga	0,669	1.495	Tidak terjadi multikolinearitas
Promosi	0,743	1.345	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan	0,891	1.122	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS versi 25)

- 1) Nilai VIF Variabel Kualitas Layanan (X1) adalah $1,646 < 10$ dan nilai tolerance value $0,646 > 0,01$, maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Nilai VIF Variabel Suku Bunga (X2) adalah $1,495 < 10$ dan nilai tolerance value $0,669 > 0,01$, maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
- 3) Nilai VIF Variabel Promosi (X3) adalah $1,345 < 10$ dan nilai tolerance value $0,743 > 0,01$, maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
- 4) Nilai VIF Variabel Kepercayaan (X4) adalah $1,122 < 10$ dan nilai tolerance value $0,891 > 0,01$, maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Kesimpulannya bahwa ketiga variabel X diatas tidak terjadi multikolonieritas.

3. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan SPSS 25, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23.508	5.940		3.958	.000
1 Kualitas Layanan	-.098	.117	-.119	-.838	.405
Suku BUnga	-.041	.071	-.081	-.577	.566
Promosi	.260	.114	.301	2.272	.026
Kepercayaan	.172	.139	.150	1.237	.220

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS versi 25)

Tabel diatas 4.14 didapatkan informasi tentang rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 23,508 + (-0,098)x_1 + (-0,041)x_2 + (0,260)x_3 + (0,172)x_4 + e$$

Hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 23,508 dalam hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen yang diteliti, yaitu kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan diasumsikan tidak memberikan kontribusi atau bernilai nol, maka minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang tetap berada pada angka 23,508. Artinya, terdapat faktor-faktor lain di luar keempat variabel tersebut yang secara tetap memengaruhi minat nasabah, baik itu faktor internal individu seperti kebutuhan pribadi, motivasi investasi, maupun faktor eksternal seperti tren harga

emas, dukungan keluarga, atau pengaruh lingkungan sosial. Nilai konstanta ini mencerminkan dasar atau tingkat awal dari minat nasabah yang tetap ada meskipun variabel utama dalam model regresi tidak memberikan pengaruh. Dengan demikian, konstanta ini penting untuk menunjukkan bahwa dalam realitasnya, keputusan nasabah tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas layanan, tingkat suku bunga, promosi, atau tingkat kepercayaan saja, melainkan juga dipengaruhi oleh variabel lain yang mungkin belum diteliti dalam model ini.

- b. Koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,098 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan atau satu poin dalam persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh BSI KCP Pinrang akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,098 pada skor minat nasabah dalam mengambil produk Cicil Emas, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya, yaitu suku bunga, promosi, dan kepercayaan, berada dalam kondisi tetap atau konstan. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan yang dirasakan oleh nasabah—baik dari segi keramahan petugas, kecepatan pelayanan, kemudahan akses informasi, maupun kenyamanan fasilitas—maka semakin besar pula kemungkinan nasabah untuk tertarik menggunakan produk Cicil Emas tersebut. Meskipun pengaruhnya tidak signifikan secara statistik dalam penelitian ini, nilai koefisien positif tetap menunjukkan arah hubungan yang sejalan, di mana peningkatan kualitas layanan tetap berkontribusi terhadap peningkatan minat nasabah, meskipun kontribusinya kecil. Hal ini mengisyaratkan bahwa kualitas layanan tetap menjadi aspek penting dalam membentuk citra positif lembaga dan memengaruhi perilaku nasabah dalam jangka panjang, walaupun dalam konteks penelitian ini belum menjadi faktor yang dominan secara individu.
- c. Koefisien regresi untuk variabel suku bunga sebesar 0,041 menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar satu poin dalam persepsi nasabah terhadap tingkat suku bunga (atau dalam konteks perbankan syariah disebut margin keuntungan) akan memberikan dampak peningkatan sebesar 0,041 terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang, dengan

asumsi bahwa variabel independen lainnya seperti kualitas layanan, promosi, dan kepercayaan tetap dalam keadaan konstan atau tidak berubah. Meskipun nilai koefisien ini tergolong kecil dan tidak signifikan secara statistik dalam penelitian ini, arah hubungan yang positif tetap menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap suku bunga memiliki kecenderungan memengaruhi keputusan mereka. Dalam hal ini, nasabah mungkin menilai bahwa margin yang ditetapkan oleh bank tidak terlalu membebani, atau bahkan masih dianggap wajar dan kompetitif dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya. Namun, rendahnya kontribusi koefisien ini juga dapat menunjukkan bahwa aspek suku bunga bukan menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan, terutama jika nasabah lebih mengutamakan manfaat jangka panjang, prinsip syariah, atau kenyamanan pelayanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, meskipun pengaruh suku bunga terhadap minat nasabah tidak dominan dalam penelitian ini, tetap penting bagi pihak bank untuk menjaga transparansi dan kejelasan informasi mengenai margin yang diberlakukan, agar dapat meningkatkan pemahaman dan kepercayaan nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

- d. Koefisien regresi untuk variabel promosi sebesar 0,260 menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar satu poin dalam efektivitas kegiatan promosi akan berdampak pada peningkatan sebesar 0,260 poin dalam minat nasabah untuk mengambil produk pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya—yaitu kualitas layanan, suku bunga, dan kepercayaan—berada dalam kondisi tetap atau tidak mengalami perubahan. Nilai koefisien yang cukup besar ini dibandingkan dengan variabel lain menandakan bahwa promosi merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat nasabah. Artinya, semakin intensif dan tepat sasaran strategi promosi yang dilakukan oleh pihak bank, seperti melalui media sosial, iklan cetak maupun digital, penawaran program khusus (diskon margin, hadiah langsung, atau cicilan ringan), serta pendekatan komunikasi yang persuasif dan edukatif, maka semakin besar pula kemungkinan nasabah tertarik dan terdorong untuk menggunakan

- produk Cicil Emas. Temuan ini sejalan dengan prinsip dalam pemasaran modern yang menekankan pentingnya komunikasi yang aktif dan berkelanjutan kepada konsumen untuk membangun awareness, menumbuhkan ketertarikan, hingga mendorong tindakan pembelian. Oleh karena itu, bank diharapkan terus mengembangkan strategi promosi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan calon nasabah serta memberikan nilai tambah yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi mereka.
- e. Koefisien regresi untuk variabel kepercayaan sebesar 0,172 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin dalam tingkat kepercayaan nasabah terhadap BSI KCP Pinrang akan memberikan dampak positif berupa peningkatan sebesar 0,172 poin terhadap minat nasabah untuk mengambil produk pembiayaan Cicil Emas, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya seperti kualitas layanan, suku bunga, dan promosi berada dalam kondisi tetap atau konstan. Nilai koefisien ini mengindikasikan adanya hubungan yang positif antara kepercayaan dan minat, meskipun dalam penelitian ini pengaruh tersebut belum signifikan secara statistik. Artinya, kepercayaan tetap menjadi salah satu faktor penting yang berkontribusi terhadap minat nasabah, karena dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan mencerminkan keyakinan nasabah terhadap integritas, transparansi, dan kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah. Kepercayaan juga mencakup aspek reputasi lembaga, keamanan transaksi, kejujuran dalam memberikan informasi produk, serta konsistensi pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, meskipun belum menjadi faktor dominan secara parsial dalam penelitian ini, menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah tetap merupakan langkah strategis yang harus dilakukan oleh pihak bank agar dapat mempertahankan loyalitas serta menarik minat nasabah baru, khususnya dalam menawarkan produk pembiayaan seperti Cicil Emas yang memerlukan komitmen jangka menengah hingga panjang.
 - f. *Standar error (e)* dalam model regresi linear berganda merujuk pada residual atau error term, yaitu variabel acak yang merepresentasikan pengaruh dari faktor-

faktor lain di luar variabel independen yang dimasukkan dalam model. Dengan kata lain, standar error mencerminkan selisih antara nilai aktual (Y) dengan nilai prediksi (\hat{Y}) yang dihasilkan oleh model. Keberadaan error term ini menunjukkan bahwa dalam kenyataannya, variabel dependen (minat nasabah) tidak hanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang diteliti, yaitu kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang tidak terobservasi atau tidak dimasukkan dalam model. Faktor-faktor tersebut bisa berupa preferensi pribadi, kondisi ekonomi individu, pengaruh lingkungan sosial, atau kebijakan internal bank yang tidak diukur dalam penelitian ini. Dalam analisis regresi, asumsi klasik yang penting adalah bahwa error harus bersifat acak (random), memiliki nilai harapan nol, serta tidak berkorelasi dengan variabel independen. Oleh karena itu, interpretasi terhadap hasil regresi harus selalu memperhatikan adanya error ini sebagai bentuk ketidakpastian atau keterbatasan model dalam menjelaskan seluruh variasi yang terjadi pada variabel dependen

C. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah menguji dan membuktikan jawaban sementara atau hipotesis penelitian terhadap masalah yang masih bersifat praduga. Didalam penelitian ini terdapat 8 hipotesis dimana hipotesis H_0 berarti hipotesis ditolak atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan hipotesis H_a berarti hipotesis diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y .

a. Hasil Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam penelitian ini dilakukan uji t dengan melihat nilai signifikansi dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, begitu juga sebaliknya. Nilai T_{tabel} dalam penelitian ini

adalah sebesar 1,996564. Nilai T_{tabel} didapat dari df yang ditentukan dengan rumus.

$$df = N - k$$

$$df = 71 - 5$$

$$df = 66$$

Keterangan :

df = *degree of freedom* / derajat kebebasan

N = Jumlah Sampel

k = Banyaknya Variabel (independen dan dependen)

Tabel 4.16 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23.508	5.940		3.958	.000
Kualitas Layanan	-.098	.117	-.119	-.838	.405
1 Suku BUnga	-.041	.071	-.081	-.577	.566
Promosi	.260	.114	.301	2.272	.026
Kepercayaan	.172	.139	.150	1.237	.220

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS versi 25)

Table diatas pada 4.15 maka pengujian hipotesis untuk variable Kualitas layanan (X1), Suku bunga (X2), Promosi (X3), dan Kepercayaan (X4) adalah:

1) Pengujian hipotesis pertama (H1)

H_0 : Variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

H_1 : Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,405 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,838 < t_{tabel} 1,996$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil produk Cicil Emas di BSI KCP Pinrang, karena nilai signifikansi sebesar $0,405 > 0,05$ dan $t_{hitung} -0,838 < t_{tabel} 1,996$.

2) Pengujian hipotesis pertama (H_2)

H_0 : Variabel Suku Bunga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

H_2 : Variabel Suku Bunga berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,566 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,577 < t_{tabel} 1,996$, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel suku bunga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, karena nilai signifikansi sebesar $0,566 > 0,05$ dan $t_{hitung} -0,577 < t_{tabel} 1,996$.

3) Pengujian hipotesis pertama (H_3)

H_0 : Variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

H_3 : Variabel Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_3 terhadap Y adalah sebesar $0,026 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,272 > t_{tabel} 1,996$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang.

4) Pengujian hipotesis pertama (H1)

H_0 : Variabel Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

H_4 : Variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X_4 terhadap Y adalah sebesar $0,220 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,237 < t_{tabel} 1,996$, maka H_0 diterima dan H_4 ditolak. dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil produk Cicil Emas, karena nilai signifikansi $0,220 > 0,05$ dan $t_{hitung} 1,237 < t_{tabel} 1,996$.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $sig < 0,05$, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
- 2) Jika nilai $sig > 0,05$, atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

Nilai F_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 2,509 Nilai F_{tabel} didapat dengan rumus:

$$F_{tabel} = (k ; n-k)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

k = Jumlah Variabel X

Nilai $F_{\text{tabel}} = (4 ; 71-4)$

$F = (4; 67)$

Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	30.613	4	7.653	2.640	.041 ^b
Residual	191.303	66	2.899		
Total	221.915	70			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Layanan, Promosi, Suku Bunga

H_0 : Variabel Kualitas Layanan, Suku Bunga, Promosi, dan Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

H_4 : Variabel Kualitas Layanan, Suku Bunga, Promosi, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang

Berdasarkan output pada tabel 4.16 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,041 < 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 2,640 > \text{nilai } F_{\text{tabel}} 2,509$ yang berarti H_0 ditolak dan H_4 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan, Suku bunga, Promosi, dan Kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di BSI KCP Pinrang.

c. Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji Koefisien determinasi R^2 dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar dan penting kontribusi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 < 1$). Semakin besar R^2 mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil yang telah diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.371 ^a	.138	.086	1.70251

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Layanan, Promosi,

Suku BUnga

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: (Data Olahan IBM SPSS versi 25)

Tabel di atas pada 4.17 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan R Square sebesar 0,138 atau 13,8%. Artinya bahwa Keputusan nasabah dalam mengambil produk cicil emas di Bsi Kcp Pinrang dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas layanan, suku bunga, promosi dan kepercayaan 13,8%, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 13,8\%)$ 86,2% keputusan nasabah mengambil produk cicil emas di Bsi Kcp Pinrang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisa data penelitian ini menunjukkan bahwa :

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat variabel independen yang dianalisis kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan hanya promosi yang memberikan pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang. Temuan ini memiliki implikasi penting terhadap strategi pemasaran dan pengembangan produk perbankan syariah, khususnya dalam konteks pembiayaan berbasis logam mulia yang memiliki karakteristik unik dibanding produk keuangan konvensional lainnya.

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di Bsi Kcp Pinrang

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang dengan nilai signifikansi signifikan sebesar $0,405 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,838 < 1,996$. Hal ini berarti bahwa meskipun layanan yang diberikan oleh pihak bank dinilai baik, hal tersebut tidak cukup untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk Cicil Emas secara langsung. Kualitas layanan yang tidak signifikan dapat dijelaskan dengan asumsi bahwa nasabah sudah menganggap layanan di BSI berada pada tingkat standar yang memadai. Dalam dunia perbankan, kualitas layanan cenderung dianggap sebagai prasyarat atau baseline expectation. Artinya, jika kualitas layanan tidak dirasakan sangat buruk atau sangat baik secara ekstrem, maka pengaruhnya terhadap keputusan pembelian bisa menjadi minimal. Nasabah tidak akan terlalu mempertimbangkan kualitas layanan sebagai faktor pembeda ketika mereka sudah memiliki ekspektasi tertentu yang konsisten.

2. Pengaruh Suku Bunga terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di Bsi Kcp Pinrang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel suku bunga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang dengan nilai signifikansi

sebesar $0,566 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,577 < 1,996$. Dengan kata lain, tingkat margin atau imbal hasil tidak menjadi pertimbangan utama bagi nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan produk Cicil Emas.

Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat margin atau imbal hasil bukanlah faktor utama yang dipertimbangkan oleh nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk Cicil Emas. Dalam konteks perbankan syariah, margin digunakan sebagai pengganti suku bunga konvensional dalam transaksi pembiayaan, dan umumnya ditetapkan secara tetap (fixed) sejak awal akad. Namun, tingkat margin yang digunakan dalam produk pembiayaan syariah cenderung tidak terlalu bervariasi antar lembaga, sehingga nasabah mungkin tidak menjadikan margin sebagai pertimbangan penting dalam keputusan pembelian.

Ada beberapa kemungkinan penyebab mengapa margin tidak berpengaruh signifikan, antara lain:

- a. Sebagian besar nasabah belum memahami secara mendalam mekanisme margin dalam akad pembiayaan syariah
- b. Perbedaan margin antar produk pembiayaan syariah dianggap tidak signifikan
- c. Keputusan nasabah lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang lebih tampak secara langsung seperti promosi atau kemudahan proses pembiayaan.

Dalam perspektif Islam, praktik riba sangat dilarang, sedangkan sistem margin dalam pembiayaan syariah diperbolehkan selama tidak mengandung unsur ketidakadilan atau penindasan. Riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Al-Qur'an secara tegas melarang riba, sebagaimana dalam firman Allah SWT:

"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ"

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”(QS. Ali ‘Imran: 130).³⁹

Ayat tersebut menegaskan bahwa praktik riba bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam, sementara margin yang diterapkan dalam pembiayaan syariah, seperti pada produk Cicil Emas, diperbolehkan selama dilakukan secara transparan dan disepakati oleh kedua belah pihak di awal transaksi. Oleh karena itu, meskipun margin tidak memengaruhi minat nasabah secara signifikan dalam penelitian ini, edukasi kepada nasabah tetap diperlukan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip syariah dalam struktur pembiayaan. Pemahaman yang baik akan membantu nasabah membedakan antara konsep riba yang dilarang dan margin yang dibolehkan dalam Islam.

3. Pengaruh Promosi terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di Bsi Kcp Pinrang

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel promosi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,026 yang berada di bawah taraf signifikan 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi memiliki pengaruh nyata terhadap minat nasabah. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup berbagai bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh BSI, seperti iklan melalui media sosial, penawaran khusus seperti cicilan ringan atau margin rendah, program reward, serta edukasi langsung kepada nasabah melalui petugas bank atau media digital. Temuan ini sejalan dengan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), di mana promosi memiliki peran dalam menarik perhatian (attention) dan membangkitkan minat (interest) yang kemudian dapat memicu keinginan dan keputusan pembelian.⁴⁰ Dalam konteks produk Cicil Emas, promosi yang efektif dapat

³⁹ Khotibul Umam, “Pelarangan Riba Dan Penerapan Prinsip Syariah Dalam Sistem Hukum Perbankan Di Indonesia, Khotibul Umam, Departemen Hukum Islam, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada Jalan” 29, no. 3 (2019): 391–412.

⁴⁰ Gary Amstrong & Kotler Philip, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2012).

memberikan pemahaman yang lebih baik kepada calon nasabah mengenai manfaat, prosedur, dan keunggulan produk, sehingga meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk mengambil keputusan pembiayaan.

4. Pengaruh Kepercayaan terhadap minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di Bsi Kcp Pinrang

Variabel kepercayaan juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang dengan nilai signifikansi $0,220 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,237 < 1,996$. Meskipun kepercayaan merupakan pondasi utama dalam hubungan antara bank dan nasabah, hasil ini mengindikasikan bahwa nasabah mungkin sudah memiliki tingkat kepercayaan yang stabil terhadap BSI sebagai lembaga keuangan syariah yang telah memiliki reputasi baik. Dalam situasi seperti ini, kepercayaan tidak menjadi faktor yang mendorong variasi dalam keputusan, tetapi lebih menjadi faktor pendukung dasar (basic enabler) yang justru akan memunculkan pengaruh hanya ketika ada gangguan atau krisis kepercayaan.⁴¹

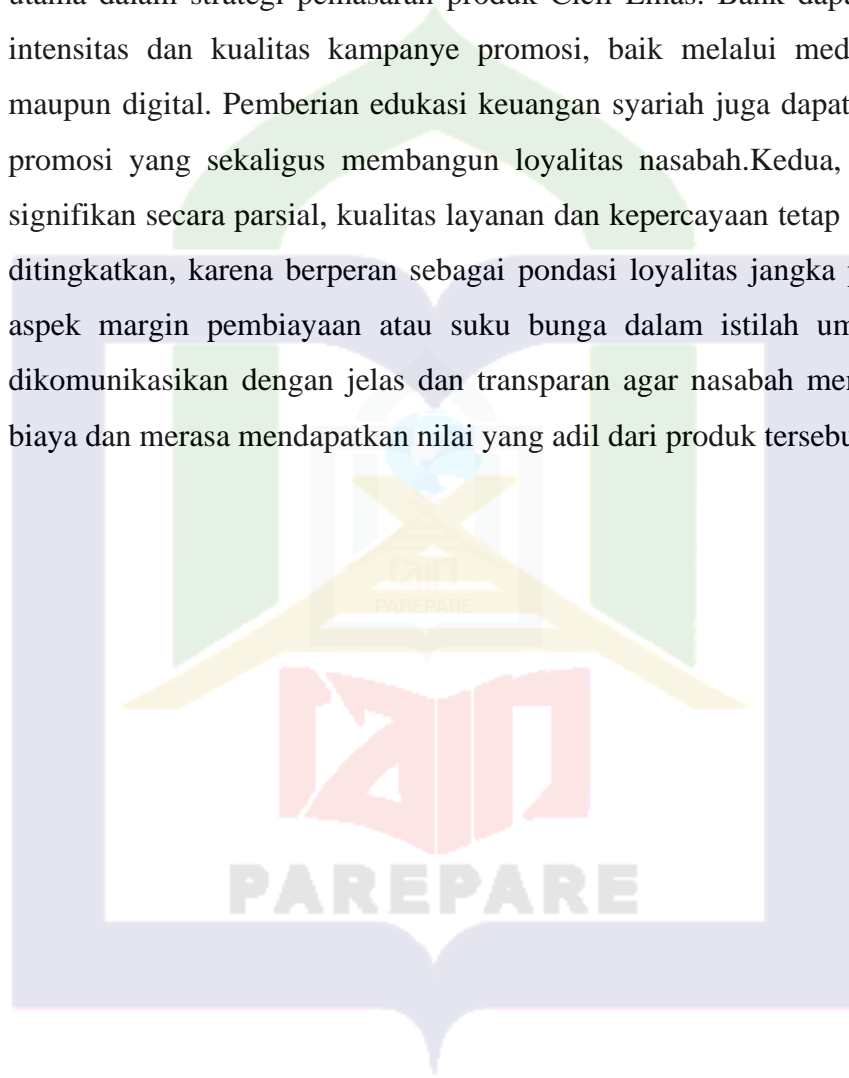
5. Faktor yang Secara Signifikan mempengaruhi minat nasabah pada produk pembiayaan cicil emas di Bsi Kcp Pinrang

Meskipun secara parsial hanya promosi yang berpengaruh signifikan, hasil uji F atau uji simultan menunjukkan bahwa keempat variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,041 (< 0,05)$ dan nilai $F_{hitung} 2,640 > F_{tabel} 2,509$. Artinya, ketika kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan digabungkan dalam satu model prediktif, kombinasi keempatnya memberikan kontribusi yang berarti terhadap minat nasabah dalam mengambil produk Cicil Emas. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun tidak semua variabel berpengaruh secara individu, keberadaan masing-masing variabel tetap memiliki peran dalam memperkuat pengaruh kolektif terhadap minat nasabah. Dengan kata

⁴¹ Hunt & Morgan. H.M, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," 1994.

lain, keberhasilan strategi promosi dapat lebih efektif jika didukung oleh kualitas layanan yang baik, margin yang kompetitif, dan kepercayaan yang tetap terjaga.

Temuan ini memberikan beberapa implikasi strategis bagi manajemen BSI, khususnya di KCP Pinrang. Pertama, promosi harus dijadikan sebagai prioritas utama dalam strategi pemasaran produk Cicil Emas. Bank dapat meningkatkan intensitas dan kualitas kampanye promosi, baik melalui media konvensional maupun digital. Pemberian edukasi keuangan syariah juga dapat menjadi bentuk promosi yang sekaligus membangun loyalitas nasabah. Kedua, meskipun tidak signifikan secara parsial, kualitas layanan dan kepercayaan tetap harus dijaga dan ditingkatkan, karena berperan sebagai pondasi loyalitas jangka panjang. Ketiga, aspek margin pembiayaan atau suku bunga dalam istilah umum tetap perlu dikomunikasikan dengan jelas dan transparan agar nasabah memahami struktur biaya dan merasa mendapatkan nilai yang adil dari produk tersebut.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 71 responden nasabah di Bsi Kcp Pinrang mengenai pengaruh kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan terhadap minat nasabah, maka dapat disimpulkan:

1. Kualitas Layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah, dengan nilai signifikan sebesar $0,405 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,838 < 1,996$. Ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank belum menjadi faktor utama yang mendorong nasabah untuk tertarik pada produk Cicil Emas. Meskipun kualitas layanan penting dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan, dalam konteks penelitian ini, nasabah cenderung tidak menjadikan layanan sebagai dasar dalam menentukan minat mereka.
2. Suku Bunga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah, dengan nilai signifikan sebesar $0,566 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,577 < 1,996$. Ini menunjukkan bahwa tingkat margin atau keuntungan yang dikenakan dalam produk cicil emas belum menjadi pertimbangan utama dalam menarik minat nasabah. Kemungkinan besar nasabah lebih fokus pada manfaat jangka pendek, kemudahan proses, atau promosi yang sedang berlangsung, daripada mempertimbangkan perbedaan suku bunga secara detail. Hal ini juga bisa terjadi karena produk berbasis syariah umumnya menggunakan akad jual beli (murabahah), sehingga istilah dan konsep suku bunga tidak begitu menonjol di mata nasabah.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, dengan nilai signifikan sebesar $0,026 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,272 > 1,996$. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh bank, seperti penyebaran informasi, penawaran menarik, dan penggunaan media sosial,

memiliki peranan penting dalam menarik perhatian dan minat nasabah terhadap produk cicil emas.

4. Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah, dengan nilai signifikan sebesar $0,220 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,237 < 1,996$. Dalam penelitian ini, variabel tersebut belum menjadi faktor dalam memengaruhi ketertarikan nasabah terhadap produk cicil emas. Ini dapat disebabkan oleh anggapan bahwa bank syariah seperti BSI sudah memiliki reputasi dan citra yang baik di masyarakat, sehingga kepercayaan dianggap sudah melekat dan tidak lagi menjadi faktor pembeda yang memengaruhi minat secara langsung.
5. Secara simultan, kualitas layanan, suku bunga, promosi, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam mengambil produk cicil emas, dimana nilai signifikan sebesar $0,041 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 2,640 > \text{nilai } F_{tabel} 2,509$ yang berarti H_0 ditolak dan H_4 diterima, Ini menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut secara bersama-sama memainkan peran penting dalam mendorong minat nasabah.

B. Saran

1. Bagi pihak Bsi Kcp Pinrang
BSI KCP Pinrang disarankan untuk lebih memaksimalkan strategi promosi, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi merupakan satu-satunya variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, program diskon, kemudahan akses informasi, serta pendekatan edukatif terkait keunggulan produk Cicil Emas. Upaya promosi yang menarik dan tepat sasaran akan lebih efektif dalam meningkatkan minat dan partisipasi nasabah.
2. Bagi Nasabah atau calon nasabah
Nasabah diharapkan tidak hanya mempertimbangkan promosi dalam mengambil keputusan, tetapi juga memperhatikan faktor lain seperti kualitas layanan, suku bunga, dan aspek kepercayaan. Dengan demikian, keputusan

dalam memilih produk pembiayaan akan lebih matang dan menguntungkan dalam jangka panjang, khususnya dalam produk syariah seperti cicil emas.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini terbatas empat variabel independen. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti persepsi syariah, kemudahan proses, literasi keuangan atau pengalaman digital yang mungkin juga berpengaruh terhadap minat nasabah. selain itu, cakupan lokasi penelitian dapat diperluas dan jumlah responden ditingkatkan agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan dapat digeneralisasi.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al karim

- A, Qotrun. "Rumus Slovin: Definisi, Contoh Soal, Beserta Pemahaman Mengenai Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian." *Gramedia Blog*
- Adnan. "Wawancara Dengan Pegawai BSI KCP Pinrang Mengenai Data Nasabah Cicil Emas." 13 Januari 2025.
- Afifah, and Farid Ardyansyah. "Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023).
- Aguilera, Vivi Larasati. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bsi Kcp Kabanjahe Kab. Karo)." Uin Ar-Raniry Banda Aceh, 2023.
- Amirul, Khusnah. "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Ogan Lima Kec, Abung Barat, Kab. Lampung Utara)". Uin Raden Intan Lampung, 2022.
- Amiyati, Dwi Rara, Ahmad Fuadi, and Asmawarna Sinaga. "Pelaksanaan Multi Akad (Murabahah Dan Rahn) Pada Produk Cicil Emas Menurut FatwaDSN MUI Pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Stabat" 1 (2022).
- Andriyani, Meli, and Riski Ardianto. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank." *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 02 (2020).
- Arwin, S.E, M.Si Sutrisno, S.Pd., M.Pd, *Manajemen Kesehatan Bank*, ed. by M.M Besse Faradiba (Cendikia Publisher, 2022).
- Budiono, I Nyoman. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 2022.
- Ghozali, Iman. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 3. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- H.M, Hunt & Morgan. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," 1994.

Hadi, R. *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Meulaboh Nasional*, 2023.

Indriani, Reka, and Muhammad Alhada Fuadillah Habib. "Pelaksanaan Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 Dalam Perspektif Perbankan Syariah." *Jurnal Cahaya Mandalika* 4, no. 3 (2023).

Juliana, Heni. "Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu." *Skripsi*, 2021.

Jumiarni, Moh Yasin Soumena, Rusnaena. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Kcp Polewali." *Karya Riset Mahasiswa Akuntansi* 1, no. 1 (2019).

Jureid. "Sekretariat: Program Studi Perbankan Syariah Stain Madina, Sumatera Utara, Indonesia Hp/Wa: 082186121778 EMAIL: Journaljibf@gmail.Com Penerapan Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 Pada Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Pany" 4, no. 1 (2023).

Khairani, Anisa Putri. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bsi Kantor Cabang Pembantu Teluk Kuantan Skripsi," 2024.

Kholifah, Utami Nur. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Masyarakat Dalam Program Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta, 2019.

Majelis Ulama Indonesia, Dewan Syariah Nasional. "Fatwa Dewan Syariah No 77 Tahun 2010 Tentang Jual - Beli Emas Secara Tidak Tunai." *Dewan Syariah Nasional MUI*, no. 51 (2010).

Mardiastuti, Aditya. "Pengertian Tujuan Penelitian, Jenis dan Contohnya". *DetikJabar*, 2022

Meilani, Any, and Dian Sugiarti. "Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022).

Musyaffa, Hilmi, and Muhammad Iqbal. "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business* 2, no. 2 (2022).

Natalia, Novi. "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Suku bunga Kepada Nasabah dan

- Debitur Pada PT Bank X di Medan..” *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan* 8, no. 1 (2022).
- Philip, Gary Armstrong & Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 2012.
- Qothrunnada, Kholida. "Pengertian Variabel dan Jenisnya dalam penelitian". *DetikEdu*, 2021
- Rosyidah, Umu. “Minat Masyarakat Berinvestasi Emas.Pdf.” *Jurnal Penelitian Keislaman*, 2020.
- Safrida, and Musmulyadi. “Effect Of Marketing On Consumer Purchase Decision On Private Card Products In Pt. Telkomsel Grapari Makassar Safrida 1 , Musmulyadi 2 STIE Bajiminasa Makassar Indonesia 1 , IAIN Pare-Pare Indonesia 2 Syafrida168@gmail.Com 1” 4, no. 5 (2021).
- Saputri, Inggit Eka. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadaai Emas Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi'. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonom, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, 2022.
- Siregar, Sofyan. *Statistik Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014.
- Sugiyono, D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2013.
- Sulistiono, Yulia Nurendah, Mumuh Mulyana. " Mengukur Minat Studi Siswa SMA dan SMK di kota Bogor Pada Program Studi Kewirausahaan." *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)* 3, 2019.
- Syarifuddin, Ahmad Dzul Ilmi. “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Bank BNI Cabang Makassar).” *YUME : Journal of Management* 4, no. 1 (2021).
- Umam, Khotibul. “Pelarangan Riba Dan Penerapan Prinsip Syariah Dalam Sistem Hukum Perbankan Di Indonesia, Khotibul Umam, Departemen Hukum Islam, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada Jalan” 29, no. 3 (2019).
- Zaelani, Rahmad Hendi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi.” *RIBHUNA: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2022).



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Nama Mahasiswa : NUR AIN

NIM : 21202038602201048

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prodi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Judul :FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
 NASABAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS
 DI BSI KCP PINRANG

I. Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Saudara(i) mengisi data responden di bawah ini :

Nama Lengkap:

Jenis Kelamin:

- a. ☐ Laki-laki
- b. ☐ Perempuan

Usia:

- f. ☐ 20-24 tahun
- g. ☐ 25-29 tahun
- h. ☐ 30-35 tahun
- i. ☐ 36-40 tahun

- j. ☐ 41-45 tahun
- k. ☐ 50 tahun ke atas

Pendidikan Terakhir:

- l. ☐ SMA/SMK
- m. ☐ Sarjana
- n. ☐ Pascasarjana
- o. ☐ Diploma

Pekerjaan:

- p. ☐ Pegawai Negeri
- q. ☐ Pegawai Swasta
- r. ☐ Wiraswasta
- s. ☐ Lainnya: _____

II. Petunjuk Pengisian

1. Pertanyaan yang ada mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya sehingga tidak ada satupun yang terlewat.
2. pada jawaban saudara/(i) pada kolom yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda, dengan keterangan di bawah ini:

SS	: Sangat Setuju	: 5
S	: Setuju	: 4
N	: Netral	: 3
TS	: Tidak Setuju	: 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	: 1
3. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja
4. Terimakasih atas kebaikannya

KUESIONER PENELITIAN

III. Pertanyaan Penelitian

IV. Kualitas Layanan (X1)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Keandalan						
1	Petugas BSI KCP Pinrang memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang telah dijanjikan.					
2	Petugas bank mampu menyelesaikan transaksi saya secara tepat waktu dan akurat.					
Daya Tanggap						
3	Petugas BSI KCP Pinrang cepat tanggap dalam merespon pertanyaan atau keluhan saya.					
4	Saya merasa petugas bank bersedia membantu saya kapan saja saya membutuhkan bantuan.					
Jaminan						
5	Saya merasa aman dalam melakukan transaksi Cicil Emas karena petugas bank kompeten.					
6	Petugas BSI KCP Pinrang memberikan penjelasan produk dengan sopan dan profesional.					
Empati						

7	Petugas bank memberikan perhatian secara personal terhadap kebutuhan saya sebagai nasabah.					
8	Petugas bank menjelaskan informasi produk Cicil Emas dengan cara yang mudah saya pahami.					

V. Suku Bunga (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Tingkat Margin						
1	Saya merasa tingkat margin dalam produk Cicil Emas BSI KCP Pinrang masih tergolong wajar.					
2	Margin yang ditawarkan oleh BSI sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan dari produk Cicil Emas.					
Transparansi margin						
3	Pihak BSI menjelaskan besarnya margin secara terbuka sejak awal akad Cicil Emas.					
4	Saya memahami cara perhitungan margin dalam program Cicil Emas di BSI.					
Kemudahan dan Fleksibilitas Pembayaran						

5	Produk Cicil Emas BSI memberikan pilihan jangka waktu (tenor) yang sesuai dengan kemampuan saya.					
6	Proses pembayaran cicilan emas terasa mudah dan tidak membebani keuangan saya					

VI. Promosi (X3)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Iklan						
1	Saya mengetahui produk Cicil Emas BSI dari media iklan (seperti media sosial, brosur, atau spanduk).					
2	Iklan mengenai Cicil Emas BSI menarik perhatian saya untuk mencari tahu lebih lanjut					
Promosi Penjualan						
3	Saya tertarik pada produk Cicil Emas karena adanya program promosi seperti diskon atau hadiah.					

4	Program promosi dari BSI mempengaruhi keputusan saya untuk mempertimbangkan Cicil Emas.					
Pemasaran Langsung						
5	Saya pernah menerima informasi langsung dari BSI mengenai produk Cicil Emas melalui SMS, WhatsApp, atau email.					
6	Informasi pemasaran langsung dari BSI membantu saya memahami manfaat produk Cicil Emas					
Personal Selling						
7	Petugas BSI pernah menjelaskan secara langsung kepada saya tentang produk Cicil Emas.					
8	Penjelasan langsung dari petugas bank membuat saya lebih tertarik menggunakan Cicil Emas.					

VII. kepercayaan (X4)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Kejujuran						

1	Saya percaya bahwa BSI KCP Pinrang memberikan informasi produk Cicil Emas secara jujur dan terbuka.					
2	Pihak bank menjelaskan syarat dan ketentuan produk Cicil Emas dengan jelas tanpa menutupi risiko.					
Keandalan Informasi						
3	Informasi yang saya terima mengenai Cicil Emas sesuai dengan pengalaman saya saat menggunakan produk tersebut.					
4	Penjelasan dari petugas bank mengenai produk Cicil Emas mudah dipahami dan dapat dipercaya					
Rasa Aman						
5	Saya merasa aman melakukan transaksi Cicil Emas di BSI karena prosesnya transparan dan sesuai prinsip syariah.					
6	Saya yakin data pribadi saya aman saat mengajukan pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang.					

VIII. Minat Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Perhatian						
1	Saya mengetahui adanya produk Cicil Emas yang ditawarkan oleh BSI KCP Pinrang.					
2	Informasi tentang Cicil Emas BSI menarik perhatian saya untuk mempelajarinya lebih lanjut.					
Katertarikan						
3	Saya merasa tertarik dengan fitur dan manfaat yang ditawarkan oleh produk Cicil Emas					
4	Cicil Emas BSI merupakan salah satu produk yang sesuai dengan kebutuhan saya saat ini.					
Keinginan						
5	Saya memiliki keinginan untuk mencoba menggunakan produk Cicil Emas di masa depan.					

6	Saya yakin bahwa Cicil Emas adalah solusi yang tepat untuk memiliki emas secara syariah.					
Tindakan						
7	Saya berencana untuk menggunakan produk Cicil Emas BSI dalam waktu dekat.					
8	Saya bersedia merekomendasikan produk Cicil Emas kepada orang lain.					

Lampiran 2 Data Responden



No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir
1	HJ.IDA	Perempuan	36-40 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
2	Reski s.kep	Perempuan	30-35 Tahun	Wiraswasta	Sarjana
3	sultan	Laki-laki	36-40 Tahun	Wiraswasta	SMA/SMK
4	Imam S.E.	Laki-laki	36-40 Tahun	Wiraswasta	Sarjana
5	Aminah	Perempuan	36-40 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
6	karmila S.M	Perempuan	25-29 Tahun	Wiraswasta	SMA/SMK
7	Evi satriani S.H	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
8	Sartika S.KM.	Perempuan	30-35 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
9	arman	Laki-laki	36-40 Tahun	Pegawai Negeri	SMA/SMK
10	Asmaul husna A.Md.M	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Negeri	Diploma
11	Mansyur	Laki-laki	36-40 Tahun	Pegawai Negeri	SMA/SMK
12	Suryana talib	Perempuan	36-40 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
13	H. HALIM S.M	Laki-laki	36-40 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
14	Hadaria	Perempuan	36-40 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
15	GIGO PAWITTOI S.H	Laki-laki	36-40 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
16	Hasna	Perempuan	41-49 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
17	Rasma	Perempuan	36-40 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
18	Sudirman	Laki-laki	36-40 Tahun	Wiraswasta	SMA/SMK
19	Sunarti	Perempuan	41-49 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
20	Nur Afni	Perempuan	20-24 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
21	Sara	Perempuan	50 Tahun Ke atas	Lainnya	SMA/SMK
22	Wati	Perempuan	41-49 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
23	Jumiati S.Pd	Perempuan	36-40 Tahun	Wiraswasta	Sarjana
24	MARJONO AMIN	Laki-laki	25-29 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
25	Amirah Ansyar	Perempuan	20-24 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
26	Kasmida	Perempuan	30-35 Tahun	Lainnya	SMA/SMK

27	Ridhayani Ananda Kartini	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
28	Hadriani Saipullah	Perempuan	20-24 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
29	Suhikma, S.Pd, M.Pd	Laki-laki	41-49 Tahun	Pegawai Negeri	Pascasarjana
30	Isma Novitasari	Perempuan	20-24 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
31	Putri Namira	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
32	Ulfa Ali	Perempuan	30-35 Tahun	Wiraswasta	SMA/SMK
33	Nurawaliah Mahmud	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
34	Kasmia	Perempuan	41-49 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
35	Hj Sanati	Perempuan	50 Tahun Ke atas	Lainnya	SMA/SMK
36	Neneng Siti Hafsoh	Perempuan	30-35 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
37	Andi Sri Dewi	Perempuan	30-35 Tahun	Wiraswasta	SMA/SMK
38	Della Puspita	Perempuan	20-24 Tahun	Lainnya	Sarjana
39	wahyudi	Laki-laki	41-49 Tahun	Pegawai Swasta	SMA/SMK
40	Hj Hasna	Perempuan	36-40 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
41	Ratna	Perempuan	30-35 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
42	sakka	Perempuan	36-40 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
43	Santi	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
44	indra syam	Laki-laki	36-40 Tahun	Pegawai Swasta	SMA/SMK
45	Sarina S.Pd	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
46	nur setiawati	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Swasta	Sarjana
47	Hj Kursia	Perempuan	41-49 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
48	Muliati	Perempuan	30-35 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
49	hj ratna	Perempuan	41-49 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
50	Binsa S.Pd	Perempuan	30-35 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
51	eka pratiwi	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
52	Siti Asmiati	Perempuan	25-29 Tahun	Wiraswasta	SMA/SMK
53	asmirawati	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
54	Asriani Nasdar	Perempuan	20-24 Tahun	Lainnya	Sarjana
55	hj parnawati	Perempuan	41-49 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
56	eni	Perempuan	30-35 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
57	rina anwar	Perempuan	25-29 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
58	halisa	Perempuan	36-40 Tahun	Wiraswasta	Sarjana

59	ayu andira amd.kep	Perempuan	25-29 Tahun	Lainnya	Diploma
60	Ayu Zuhartini	Perempuan	25-29 Tahun	Lainnya	Diploma
61	Amirah	Perempuan	30-35 Tahun	Wiraswasta	Diploma
62	Cenni	Perempuan	30-35 Tahun	Wiraswasta	SMA/SMK
63	Asma Halwiah S.Pd Gr	Perempuan	30-35 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
64	Satriani S.Pd Gr	Perempuan	30-35 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
65	Aminah	Perempuan	41-49 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
66	Nurasmi	Perempuan	25-29 Tahun	Wiraswasta	Sarjana
67	Jumriah	Perempuan	30-35 Tahun	Lainnya	SMA/SMK
68	Rusna	Perempuan	30-35 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana
69	Nur Islawati	Perempuan	25-29 Tahun	Wiraswasta	SMA/SMK
70	Karim	Laki-laki	36-40 Tahun	Pegawai Swasta	SMA/SMK
71	Syamsiah	Perempuan	30-35 Tahun	Pegawai Negeri	Sarjana



Lampiran 3 Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Layanan (X1)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL
1	4	3	4	3	5	4	4	4	31
2	4	4	4	4	3	4	4	2	29
3	4	3	4	4	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	4	3	4	4	4	4	4	5	32
6	4	4	4	4	4	4	3	4	31
7	4	4	3	5	5	4	4	4	33
8	4	4	3	4	4	3	4	4	30
9	4	5	3	4	3	2	4	4	29
10	4	4	4	4	4	5	4	4	33
11	4	4	4	3	4	4	4	3	30
12	4	3	4	5	4	4	4	5	33
13	5	4	3	4	3	5	4	4	32
14	4	3	3	4	4	4	4	4	30
15	4	5	3	4	4	5	3	5	33
16	3	4	2	5	4	4	3	4	29
17	4	5	2	4	4	4	3	5	31
18	4	3	5	3	4	4	4	3	30
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	5	4	4	33
21	4	3	5	4	5	5	3	4	33
22	4	4	4	4	3	4	4	4	31
23	4	3	4	4	5	5	4	4	33
24	4	5	4	4	4	5	4	4	34
25	4	4	5	4	4	4	3	4	32
26	4	4	3	4	2	4	3	4	28
27	4	4	4	4	4	5	4	4	33
28	4	4	5	4	4	3	4	4	32
29	4	4	4	4	5	5	5	4	35
30	4	4	4	4	4	5	4	5	34
31	4	5	4	4	4	4	4	4	33
32	4	4	5	4	5	4	4	4	34
33	5	4	4	4	4	4	3	4	32
34	4	5	4	4	4	4	4	4	33

35	4	5	4	4	4	4	4	4	33
36	4	5	4	4	4	5	5	5	36
37	4	4	4	5	5	5	4	3	34
38	4	5	4	4	5	5	5	4	36
39	4	4	4	4	5	4	5	4	34
40	5	4	4	5	4	4	4	5	35
41	5	4	5	5	4	5	4	5	37
42	4	5	4	3	3	4	5	4	32
43	5	4	5	5	4	4	4	4	35
44	4	5	4	4	5	3	5	5	35
45	5	4	5	5	4	5	4	4	36
46	4	4	3	3	5	3	4	4	30
47	5	4	4	5	4	5	4	4	35
48	5	4	5	4	4	4	5	4	35
49	4	3	4	4	4	4	4	5	32
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	5	4	3	3	4	4	31
52	5	4	5	4	4	4	3	4	33
53	5	4	4	3	3	5	4	5	33
54	4	5	4	5	4	4	5	4	35
55	4	4	5	5	4	4	3	3	32
56	4	5	3	3	3	4	5	4	31
57	4	5	3	3	5	4	4	3	31
58	5	4	4	3	3	3	4	4	30
59	5	5	3	4	4	3	3	4	31
60	5	4	5	4	4	4	5	4	35
61	4	5	4	4	5	5	4	4	35
62	5	4	4	4	5	4	4	4	34
63	5	4	4	4	4	4	4	4	33
64	5	5	4	4	4	4	4	4	34
65	5	4	5	4	4	4	4	4	34
66	5	4	4	4	4	5	4	4	34
67	5	4	4	4	4	4	4	4	33
68	5	5	5	5	4	4	4	4	36
69	5	5	4	4	4	4	4	4	34
70	5	4	4	4	4	5	4	4	34
71	5	5	5	5	4	4	4	4	36

Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Suku Bunga (X2)

No	1	2	3	4	5	6	TOTAL
1	3	5	4	4	4	4	24
2	4	4	3	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	4	4	3	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	3	2	4	4	4	21
7	4	4	5	3	4	4	24
8	4	3	4	5	4	4	24
9	4	3	4	3	4	3	21
10	4	4	5	3	4	4	24
11	4	4	5	4	4	4	25
12	4	4	3	5	4	3	23
13	4	5	4	4	4	4	25
14	4	4	3	3	4	4	22
15	5	4	4	4	5	4	26
16	4	4	5	4	3	4	24
17	3	3	2	5	4	4	21
18	5	4	4	4	4	3	24
19	3	3	3	3	4	4	20
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	3	5	3	4	4	23
22	4	4	5	4	5	4	26
23	5	4	4	4	5	4	26
24	3	2	4	4	3	4	20
25	4	5	4	3	4	4	24
26	2	2	5	3	4	4	20
27	4	3	5	3	4	3	22
28	4	3	4	4	4	4	23
29	4	4	3	4	4	4	23
30	4	5	5	4	4	4	26
31	4	4	5	3	3	4	23
32	5	4	4	4	5	4	26
33	5	4	4	4	4	4	25
34	5	3	4	4	4	4	24

35	5	4	4	4	4	5	26
36	5	4	5	3	4	4	25
37	5	4	4	3	4	4	24
38	5	4	5	3	2	2	21
39	4	3	3	3	4	5	22
40	2	2	2	3	1	2	12
41	2	2	5	2	2	2	15
42	4	3	5	3	4	5	24
43	5	2	2	3	4	2	18
44	4	3	4	5	3	5	24
45	3	2	4	2	3	2	16
46	5	3	3	4	5	4	24
47	2	2	4	3	3	2	16
48	3	2	4	2	2	2	15
49	5	5	4	3	3	4	24
50	3	2	2	2	3	2	14
51	5	4	4	4	4	3	24
52	3	3	4	3	3	3	19
53	3	3	5	5	5	3	24
54	3	3	4	2	2	3	17
55	5	4	3	4	3	5	24
56	3	4	5	4	3	4	23
57	4	4	5	3	4	3	23
58	5	4	3	3	3	5	23
59	5	4	4	4	3	4	24
60	3	3	4	2	3	2	17
61	3	2	3	2	3	3	16
62	3	2	4	2	3	3	17
63	3	3	4	2	3	3	18
64	4	3	3	2	3	2	17
65	4	3	4	2	3	3	19
66	4	2	3	2	3	3	17
67	3	3	3	3	3	3	18
68	4	3	4	3	2	2	18
69	3	3	4	2	2	3	17
70	4	2	4	2	3	3	18
71	3	3	4	2	3	3	18

Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi (X3)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL
1	4	4	4	4	4	3	4	4	31
2	4	5	3	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	4	5	4	4	4	4	4	33
7	4	4	4	3	4	4	4	4	31
8	5	3	4	4	3	4	4	4	31
9	1	4	4	4	4	3	4	5	29
10	4	3	4	4	4	4	4	5	32
11	4	3	5	4	4	4	4	4	32
12	3	4	4	5	4	4	4	4	32
13	4	4	4	4	4	5	2	3	30
14	4	4	4	3	3	4	4	4	30
15	5	4	4	5	3	4	3	4	32
16	4	4	5	3	2	2	1	4	25
17	4	4	3	4	3	5	4	3	30
18	5	3	4	2	3	4	5	3	29
19	4	3	3	3	2	3	4	4	26
20	4	4	5	4	3	4	4	4	32
21	5	4	3	3	4	4	3	2	28
22	4	3	4	3	5	3	3	3	28
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	2	4	4	5	5	4	4	32
25	4	3	4	4	4	4	4	4	31
26	5	3	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	3	4	4	4	4	4	31
28	5	3	4	4	4	4	4	4	32
29	5	3	4	4	4	4	4	4	32
30	5	4	4	4	4	4	4	4	33
31	5	4	3	4	4	5	4	4	33
32	4	4	3	3	5	4	4	4	31
33	5	4	4	4	4	4	4	4	33
34	5	4	3	4	4	4	5	5	34

35	5	3	4	4	3	4	4	5	32
36	5	4	2	4	4	4	4	4	31
37	5	4	4	3	2	4	4	4	30
38	5	4	3	4	4	4	5	4	33
39	5	5	4	3	3	3	5	3	31
40	5	4	4	4	5	4	5	3	34
41	5	4	4	4	4	5	5	4	35
42	5	3	4	3	3	4	3	5	30
43	5	4	3	4	5	4	4	4	33
44	5	4	4	3	3	4	4	5	32
45	5	4	3	2	4	4	4	4	30
46	5	5	3	2	3	4	3	4	29
47	5	5	5	4	5	4	4	4	36
48	5	4	4	4	5	4	5	4	35
49	5	4	4	3	3	3	4	4	30
50	5	4	3	4	4	4	4	4	32
51	4	5	3	4	5	4	3	3	31
52	5	3	3	4	4	4	4	4	31
53	3	3	5	5	5	4	4	3	32
54	5	3	3	4	4	4	4	4	31
55	4	4	3	4	5	5	4	3	32
56	5	3	4	5	4	3	3	4	31
57	5	4	5	4	4	4	5	4	35
58	4	3	5	5	5	4	3	4	33
59	4	5	4	3	3	4	4	3	30
60	4	4	3	3	4	4	4	4	30
61	4	4	4	4	5	3	4	4	32
62	5	4	3	4	5	4	4	4	33
63	5	5	3	4	5	4	4	4	34
64	5	4	5	4	5	4	5	4	36
65	5	4	3	4	5	4	4	4	33
66	5	4	3	4	4	4	4	4	32
67	5	4	3	4	4	4	4	4	32
68	5	5	5	5	4	5	4	4	37
69	4	5	4	3	4	4	4	4	32
70	5	4	4	4	4	4	4	4	33
71	5	4	4	4	4	4	5	4	34

Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepercayaan (X4)

No	1	2	3	4	5	6	TOTAL
1	4	4	3	4	5	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	3	4	4	23
6	4	4	4	4	4	3	23
7	4	5	4	4	4	4	25
8	4	4	5	4	4	4	25
9	3	4	5	5	4	4	25
10	4	4	4	3	3	4	22
11	5	4	3	4	4	5	25
12	4	2	5	1	4	3	19
13	4	5	3	3	4	5	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	3	5	4	4	4	24
16	4	3	2	5	3	4	21
17	3	4	5	3	4	5	24
18	4	4	5	3	4	4	24
19	3	3	4	4	3	4	21
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	3	1	4	3	5	20
22	3	4	2	4	4	4	21
23	4	4	2	4	4	4	22
24	5	3	4	4	4	4	24
25	5	3	4	4	4	4	24
26	5	5	3	4	4	4	25
27	4	4	4	4	4	3	23
28	4	4	4	5	5	4	26
29	5	3	4	4	4	4	24
30	5	4	2	4	4	4	23
31	4	4	4	4	5	4	25
32	5	4	3	4	4	4	24
33	5	3	4	4	4	4	24
34	5	3	4	4	4	4	24

35	4	4	4	5	4	4	25
36	5	4	4	5	4	4	26
37	5	4	4	4	5	4	26
38	4	3	2	4	4	4	21
39	4	5	4	3	3	4	23
40	5	4	3	4	4	4	24
41	5	3	4	4	4	4	24
42	4	3	5	4	4	3	23
43	5	3	4	4	4	4	24
44	5	5	4	3	4	5	26
45	4	3	4	4	4	5	24
46	5	3	4	3	5	3	23
47	5	3	4	4	4	4	24
48	5	4	4	4	5	4	26
49	5	4	3	3	4	3	22
50	5	4	4	4	5	3	25
51	5	5	4	3	3	4	24
52	5	3	3	4	5	3	23
53	4	3	5	4	3	4	23
54	5	3	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	3	4	23
56	4	3	3	2	5	3	20
57	4	4	3	4	4	4	23
58	4	3	4	3	3	4	21
59	5	4	4	3	5	4	25
60	5	3	2	4	4	4	22
61	5	3	3	4	4	4	23
62	5	3	4	4	5	4	25
63	5	3	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	4	4	4	4	4	25
66	5	4	4	4	4	4	25
67	5	4	4	4	4	4	25
68	4	4	3	4	5	4	24
69	5	4	4	4	5	4	26
70	5	4	4	4	4	4	25
71	5	4	4	4	5	4	26

Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Minat Nasabah (Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL
1	4	4	3	5	3	5	4	4	32
2	4	4	4	5	4	4	4	4	33
3	4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	4	4	3	4	32
6	4	4	3	4	4	4	4	3	30
7	4	3	4	4	4	4	4	4	31
8	4	3	4	4	3	5	4	4	31
9	4	4	5	4	4	4	3	4	32
10	4	4	5	4	5	4	4	4	34
11	3	4	4	5	3	4	3	3	29
12	3	5	3	4	3	4	5	3	30
13	4	3	5	4	4	3	2	4	29
14	4	4	4	3	4	4	4	4	31
15	5	4	3	3	5	4	4	4	32
16	4	3	5	4	4	4	5	4	33
17	4	4	3	5	4	4	5	4	33
18	3	2	4	4	5	4	3	4	29
19	4	4	4	4	4	3	2	2	27
20	4	4	4	4	4	5	4	5	34
21	4	3	2	4	4	3	4	5	29
22	4	3	4	4	4	4	4	4	31
23	4	3	4	2	4	4	4	4	29
24	4	4	4	4	4	4	5	4	33
25	4	4	3	4	4	4	4	4	31
26	5	3	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	3	4	4	4	4	31
28	5	4	4	4	4	4	4	4	33
29	5	4	4	4	4	4	4	4	33
30	4	3	4	4	4	4	4	4	31
31	5	4	4	5	4	4	4	4	34
32	5	3	3	3	3	3	3	4	27
33	5	4	4	4	4	4	4	4	33
34	5	4	4	4	4	4	4	4	33

35	5	4	4	4	5	4	4	4	34
36	5	4	4	4	5	4	4	4	34
37	4	3	4	3	4	4	4	4	30
38	5	4	4	4	4	5	3	4	33
39	5	5	4	3	5	4	2	5	33
40	5	4	4	4	4	4	4	4	33
41	5	3	4	4	4	4	4	4	32
42	5	5	4	4	3	4	5	4	34
43	4	5	4	4	4	5	4	5	35
44	5	4	4	3	3	4	5	3	31
45	5	4	3	4	4	4	4	4	32
46	4	3	3	4	5	4	4	3	30
47	5	4	5	4	3	5	3	4	33
48	5	4	4	4	4	4	4	5	34
49	5	4	4	5	3	4	4	3	32
50	5	5	3	3	3	4	3	3	29
51	5	3	4	4	3	3	3	5	30
52	5	4	3	3	3	4	3	4	29
53	5	4	3	3	4	5	4	3	31
54	5	4	4	3	4	4	3	4	31
55	5	4	3	3	4	5	4	5	33
56	5	4	3	3	4	4	3	4	30
57	4	3	3	5	4	4	5	3	31
58	5	4	5	5	5	3	4	3	34
59	5	4	5	4	3	4	5	4	34
60	5	4	4	3	4	4	2	4	30
61	5	4	4	4	4	5	4	4	34
62	5	3	4	4	4	4	4	5	33
63	5	4	4	4	4	4	3	4	32
64	5	4	3	3	4	4	4	5	32
65	5	4	3	2	4	4	4	4	30
66	5	4	4	4	4	4	3	4	32
67	5	5	3	4	4	4	4	4	33
68	5	3	5	3	4	4	4	4	32
69	5	4	4	4	4	4	4	5	34
70	5	4	5	4	4	4	3	4	33
71	5	4	4	4	4	4	3	3	31

Lampiran 4 R table

Nilai R Tabel 71-2 = 69 yaitu (0,2335)



Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 5 T Tabel


Nilai T Tabel dari $71-5 = 66$ yaitu (1,996564)

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463
69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258

Nilai F Tabel dari $71-4 = 67$ yaitu 2,509

96



67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

PAREPARE

Lampiran 7 Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Skripsi



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-2827/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- | | |
|---------------|--|
| Menimbang | <ul style="list-style-type: none"> a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024 b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk disertai tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa. |
| Mengingat | <ul style="list-style-type: none"> 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional; 2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen; 3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi; 4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan 5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan; 6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare; 7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi; 8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam; 9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare 10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare. |
| Memperhatikan | <ul style="list-style-type: none"> a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2..307381/2024, tanggal 24 November 2023 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024 b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024 Tahun 2024, tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam; |
| Menetapkan | <p style="text-align: center;">MEMUTUSKAN</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024 b. Menunjuk saudara: Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
 Nama Mahasiswa : NUR AIN
 NIM : 2120203862201048
 Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
 Judul Penelitian : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS DI BSI KCP PINRANG c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir; d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare; e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya. |

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 24 Juni 2024



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Lampiran 8 Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1950/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2025 21 Mei 2025
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
 Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 di
 KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: NUR AIN
Tempat/Tgl. Lahir	: PINRANG, 02 Juni 2003
NIM	: 2120203862201048
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: DUSUN BANGA KELURAHAN PADANG LOANG KECAMATAN PATAMPANUA KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS DI BSI KCP PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 22 Mei 2025 sampai dengan tanggal 22 Juni 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 9 Surat Rekomendasi Penelitian dari PTSP



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
Nomor : 503/0318/PENELITIAN/DPMPTSP/06/2025

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 05-06-2025 atas nama NUR AIN, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

Mengingat : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Memperhatikan : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0464/R/T.Teknis/DPMPTSP/06/2025, Tanggal : 05-06-2025
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0322/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/06/2025, Tanggal : 05-06-2025

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

KESATU : 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8
3. Nama Peneliti : NUR AIN
4. Judul Penelitian : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS DI BSI KCP PINRANG
5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian : NASABAH KCP PINRANG
7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Watang Sawitto

KEDUA : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 05-12-2025.

KETIGA : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 05 Juni 2025



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANL AP. M.Si
NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-





Balai
Sertifikasi
Elektronik



CERTIFIED
QUALITY
MANAGEMENT
SYSTEM



ZONA
HIJAU



OMBUDSMAN
REPUBLIK INDONESIA

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE

Lampiran 10 Surat Selesai Penelitian

BSI BANK SYARIAH INDONESIA
PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Pinrang
Jl. Sultan Hasanuddin No. 34
Kec. Watang Sawitto Kab. Pinrang
Indonesia
www.bankbsi.co.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
No : 05/011-03/19213

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muliani Mahmud
Jabatan : Branch Operational & Service Manager
NIP : 2186009770

Menerangkan Bahwa:

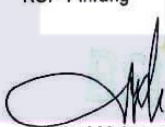
Nama : Nur Ain
NIM : 2120203862201048
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Prepare

adalah benar telah melaksanakan penelitian perihal **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Cicil Emas di KCP Pinrang"**

Demikian dapat kami sampaikan, atas perhatian Bapak kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
KCP Pinrang


Muliani Mahmud
BOSM

Dokumentasi



BIODATA PENULIS



NUR AIN, lahir di Pinrang pada tanggal 02 Juni 2003. Alamat Dusun Banga, Desa Padang Loang, Kecamatan Patampanua, Kabupaten Pinrang. Penulis merupakan anak Pertama dari pasangan Bapak Amiruddin dan Ibu Kasmia. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu pada tahun 2009 mulai masuk Sekolah Dasar Negeri (SDN) 260 Patampanua (Kelas 1–4) dan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 94 Ujung Tiroang (Kelas 5–6). Pada tahun 2015 penulis memasuki jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Madrasah Tsanawiah (Mts) pada Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqaa Benteng Sidrap, dan pada tahun 2018 penulis memasuki pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 2 Pinrang dan mengambil jurusan Teknologi Komputer dan Jaringan (TKJ). Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan Sastra 1 (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2021 dengan mengambil Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Penulis melaksanakan Magang pada program Merdeka Belajar kampus Merdeka (MBKM) selama 4 Bulan (4 Maret 2024 – 28 Juni 2024) di kantor BSI KCP Pinrang. Kemudian lanjut penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di desa Lambanan, Kecamatan Balanipa, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Selain itu penulis aktif mengikuti organisasi intra kampus seperti HMPS Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah. Dengan ini penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu tugas akhir mahasiswa(i) dan untuk memenuhi persyaratan dalam rangka meraih gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak), untuk program Strata 1 (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Dengan judul skripsi “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah pada Produk Pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Pinrang”.

PAREPARE