

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PROMOSI DAN
PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI CICIL EMAS
PADA NASABAH DI BSI KCP LUMAJANG IMAM BONJOL**

SKRIPSI



Oleh:
Rendy Ilyas Febriansyah
NIM: 212105010082

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PROMOSI DAN
PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI CICIL EMAS
PADA NASABAH DI BSI KCP LUMAJANG IMAM BONJOL**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Rendy Ilyas Febriansyah
NIM: 212105010082

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2025**

**PENGARUH LITERASI KEUNGAN SYARIAH, PROMOSI DAN
PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI CICIL EMAS
PADA NASABAH DI BSI KCP LUMAJANG IMAM BONJOL**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

Rendy Ilyas Febriansyah
NIM: 212105010082



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

Dr. Siti Mas'oratin S.E., MM.
NIP. 197806122009122001

**PENGARUH LITERASI KEUNGAN SYARIAH, PROMOSI DAN
PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI CICIL EMAS
PADA NASABAH DI BSI KCP LUMAJANG IMAM BONJOL**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Rabu

Tanggal: 19 November 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. Adil Siswanto, M.Par.
NIP. 197411102009021001

Fatimatuzzahro, S.H.I., M.SEI.
NIP. 199508262020122007

Anggota:

1. Dr. Abdul Rokhim, S.ag., M.E.I.
2. Dr. Siti Masrohatin, S.E., M.M.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



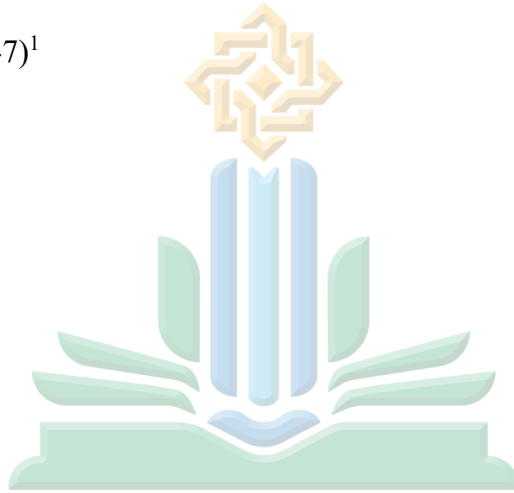
Diketahui dan Disetujui,
NIP. 196408226199603101

MOTTO

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ

“(Yusuf) berkata, “Bercocoktanamlah kamu tujuh tahun berturut-turut! Kemudian apa yang kamu tuai, biarkanlah di tangkainya, kecuali sedikit untuk kamu makan.”

(QS. Yūsuf [12]:47)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Qur'an Kemenag, 2018)

PERSEMBAHAN

Pertama dengan menyebut nama Allah SWT serta shalawat kepada baginda Nabi Muhammad SAW ucapan syukur Alhamdulillah, Karya ini dipersembahkan kepada orang-orang tercinta yang selalu menyemangati dan memberikan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kepada bapak saya yaitu Bapak Rahmat Saleh dan ibu saya yaitu Ibu Sumiati yang selalu memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang tanpa batas. Segala pengorbanan dan cinta mereka menjadi kekuatan yang tak ternilai dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Seluruh Keluarga besar yang selalu ada memberikan semangat. Kehadiran kalian sangat berarti dalam melewati setiap tantangan
3. Almater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan seluruh Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan waktu dan memberikan ilmunya, semoga kelak menjadi ilmu yang barokah dan bermanfaat, Amin.

ABSTRAK

Rendy Ilyas Febriansyah, 2025: *Pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan terhadap minat investasi pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.*

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Pendapatan, Minat Investasi, Cicil Emas

Meningkatnya jumlah nasabah cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, namun masih terdapat nasabah yang belum mengetahui atau belum berminat terhadap produk tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pertumbuhan nasabah cicil emas dan tingkat minat investasi. Fenomena ini diduga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah yang masih rendah, promosi yang belum optimal, serta keterbatasan pendapatan nasabah.

Rumusan penelitian ini adalah apakah literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol? apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol? apakah pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol? apakah literasi keuangan syariah, Promosi dan pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah secara parsial terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, untuk mengetahui pengaruh pendapatan secara parsial terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan secara simultan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif kasual. Teknik pengumpulan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji regresi linier berganda, dan uji koefisien determinasi.

Penelitian ini sampai pada kesimpulan, literasi keuangan syariah berpengaruh dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, promosi berpengaruh dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, pendapatan berpengaruh dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan berpengaruh dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

KATA PENGANTAR

Segenapp puji Syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., MM., CEPM selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamad Siddiq Jember
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamad Siddiq Jember
4. Ana Pratiwi S.E., Ak., M.SA. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamad Siddiq Jember
5. Dr. Siti Masrohatin S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulisan serta memberikan motivasi dalam penulisan ini
6. Dr. H. Ahmadiono, M.E.I. selaku dosen penasehat akademik (DPA)
7. Bapak Imam Suhadi selaku pimpinan BSI KCP Lumajang Imam Bonjol yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian

8. Segenap Dosen dan Staff di lingkungan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama dibangku kuliah
9. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah.



Jember, 19 November 2025

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Sampul.....	i
Persetujuan Pembimbing	ii
Pengesahan Tim Penguji	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
1. Variabel Penelitian	14
2. Indikator Penelitian	15
F. Definisi Operasional.....	16
G. Asumsi Penelitian.....	21
H. Hipotesis.....	24
I. Sistematisasi Penelitian	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA	29
A. Penelitian Terdahulu.....	29
B. Kajian Teori.....	43
1. Literasi Keuangan Syariah.....	43

2. Promosi.....	49
3. Pendapatan.....	57
4. Minat Investasi	65
BAB III METODE PENELITIAN	73
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	73
B. Populasi dan Sampel.....	73
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	75
D. Analisis Data	77
1. Uji Instrumen Penelitian.....	78
2. Uji Asumsi Klasik.....	79
3. Uji Hipotesis.....	81
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	82
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	84
A. Gambaran dan Obyek Penelitian.....	84
B. Penyajian Data.....	90
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	93
D. Pembahasan	107
BAB IV PENUTUP	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
Tabel 1.1	Perkembangan Produk Cicil Emas	4
Tabel 1.2	Indikator Variabel	15
Tabel 1.3	Definisi Operasional.....	19
Tabel 2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1	Skor Berdasarkan Skala Likert.....	77
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usi.....	91
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	92
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Sudah Memiliki Cicil Emas.....	92
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Syariah (X1)	94
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Promosi (X2)	94
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Pendapatan (X3)	95
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Minat Investasi (Y)	95
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	97
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	99
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	100
Tabel 4.13	Hasil Uji Glejser.....	101
Tabel 4.14	Hasil Uji T (Parsial)	102
Tabel 4.15	Hasil Uji F (Simultan)	104
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	105
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	106

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
Gambar 1.1	Harga Emas 5 Tahun (2019-2024)	3
Gambar 1.2	Perkembangan Nasabah Cicil Emas.....	5
Gambar 1.3	Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1	BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.....	84
Gambar 4.2	Struktur Organisasi BSI KCP Lumajang Imam Bonjol	87
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas <i>NonProbabilityPlot</i>	98



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Syariah Islam.² Inilah yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional dimana bank syariah tidak menerapkan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil yang tentu di perbolehkan dalam prinsip syariah Islam.

Bank syariah menyediakan beberapa produk pembiayaan untuk membantu permasalahan perekonomian masyarakat. Salah satu permasalahan perekonomian masyarakat yang tidak dapat di hindarkan adalah adanya inflasi.³ Inflasi merupakan salah satu permasalahan klasik dalam suatu perekonomian yang dapat mengakibatkan menurunnya pendapatan masyarakat yang secara berkelanjutan mempunyai dampak negatif dalam perekonomian.⁴

Dengan adanya dampak efek inflasi maka tidak layak menyimpan uang dengan didiamkan begitu saja. Ada istilah *time value of money*, sehingga uang harus bertambah setiap waktunya kalau tidak bertambah maka kita rugi dengan

² “Pengertian Bank Syariah” Otoritas Jasa Keuangan, *Accessed* April 1, 2025, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/pbs-dan-kelembagaan.aspx>

³ Amir Salim, Fadilla, dan Anggun Purnamasari, “Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia” *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 7, no.1 (2021): 2-3, <https://doi.org/10.36908/esha.v7i1.268>.

⁴ Agus Budi Santosa, “Analisis Inflasi Di Indonesia,” Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2017, Semarang, Indonesia, July 2017. Universitas Stikubank, 2017.

sendirinya. Dari situlah kita harus mengatur dan menginvestasikan uang yang kita miliki. Investasi dapat digunakan sebagai pencegahan dalam upaya untuk melindungi aset dari nilai penurunan inflasi, selain itu investasi sangat berpengaruh tinggi terhadap masyarakat yang memiliki gaji bulanan karena memiliki dana tetap. Investasi adalah komitmen sejumlah uang atau sumber daya lainnya yang dilakukan saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan di kemudian hari.⁵

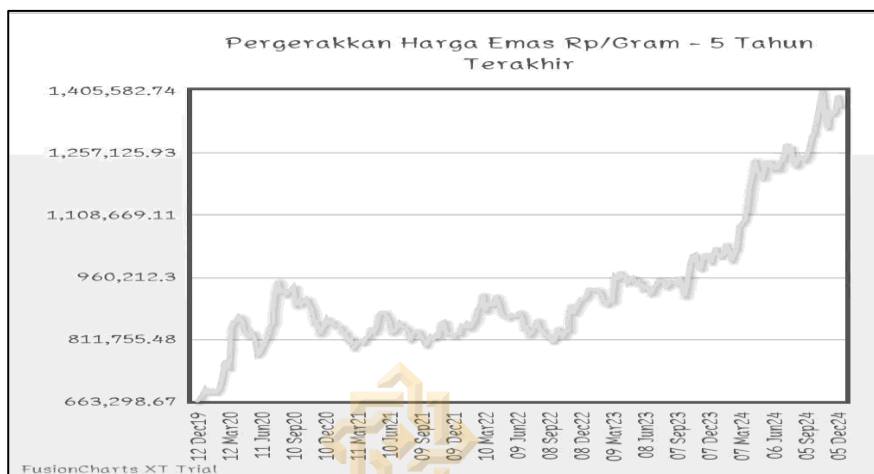
Investasi biasanya dikaitkan dengan berbagai aktivitas yang terkait dengan penanaman uang pada berbagai macam alternatif aset, baik yang tergolong sebagai aset real seperti tanah, emas, properti ataupun yang berbentuk aset finansial, misalnya berbagai bentuk surat berharga seperti saham, obligasi ataupun reksadana.⁶ Emas merupakan salah satu instrumen investasi yang dari dulu hingga sampai saat ini diminati oleh berbagai macam kalangan. Instrumen investasi secara tradisional seperti emas atau logam telah ada sejak lama, namun ketika instrumen investasi lain seperti saham mengalami resiko yang tinggi justru emas menjadi investasi yang masih aman untuk dilakukan.⁷ Emas adalah salah satu instrumen investasi yang

⁵ Eduardus Tandelilin. *Dasar-dasar manajemen investasi* (Yogyakarta: Kanisius, 2012)

⁶ Meira Nur Sakinah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Mengajukan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia" (Skripsi, UIN Walisongo, 2023), 10.

⁷ Aldra Puspita Rahma dan Clarashinta Canggih, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no.2 (2021):98-108, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>.

menstabilkan nilai tukar uang. Emas memiliki sifat *zero inflation*, yang berarti bahwa kenaikan harga emas berbanding lurus dengan tingkat inflasi.



Sumber: <https://harga-emas.org/>

Gambar 1.1
Harga Emas 5 Tahun (2019-2024)

Lonjakan harga emas dari tahun ke tahun merupakan bukti semakin banyaknya minat dalam berinvestasi pada emas. Perkembangan zaman yang semakin modern ini menjadikan investasi semakin mudah dilakukan. Hal ini dimanfaatkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk mengemas produk emas menjadi lebih mudah bagi nasabahnya, yaitu dengan perkembangan investasi emas melalui produk cicil emas BSI. Produk cicil emas adalah pembiayaan untuk kepemilikan emas berdasarkan akad murabahah. Dengan kata lain, akad penyerahan barang yang didasarkan pada sistem jual beli dan bank yang bertindak sebagai penyedia kebutuhan nasabah dengan harga beli dan keuntungan yang telah disepakati di awal.⁸

⁸ Rahmad Hendi Zaelani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi," *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, no.1 (2022):20, <https://ejournal.iaiiibrahimiy.ac.id/index.php/ribhuna/article/view/1250>.

Tabel 1.1
Perkembangan Produk Cicil Emas

No	Tahun	Saldo Pembiayaan	NOA
1	2023	1,69 Triliun Rupiah	373.377
2	2024	2,93 Triliun Rupiah	504.021

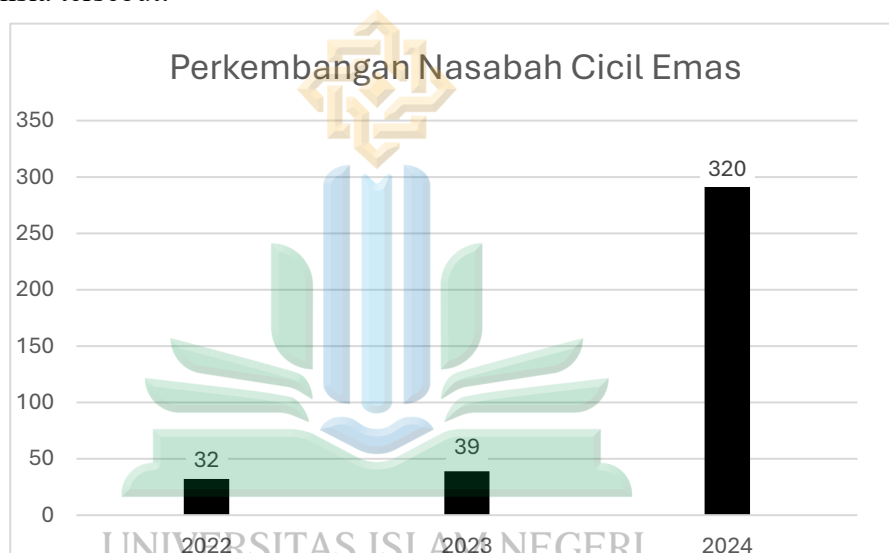
Sumber: Bank Syariah Indonesia – Data diolah (2024)

Pada tanggal 7 juni tahun 2024 bank BSI mengumumkan bahwa cicil emas mengalami lonjakan signifikan dengan pertumbuhan 73,15% YoY dari Rp1,69 triliun menjadi Rp2,93 triliun. Direktur *Sales & Distribution* BSI, Anton Sukarna juga mengungkapkan jumlah *Number of Account* (NOA) untuk gadai dan cicil emas di BSI meningkat drastis sebesar 37,88% YoY, dari 373.377 menjadi 504.021 akun per April 2024.⁹

Di Kabupaten Lumajang terdapat 2 Bank Syariah Indonesia yaitu BSI KCP Lumajang Sparman dan BSI KCP Lumajang Imam Bonjol. Bapak Arip selaku *Pawning Sales Representative* (PSR) dan juga yang mengatur produk cicil emas di bank BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mengatakan “Dari segi produk cicil emas itu sama aja dibanding Sparman, cuman dari segi nasabah Sparman lebih banyak dikarenakan Sparman dulunya BSM karena cicil emas dan gadai emas dari divisi BSM jadi nasabahnya lebih banyak yang di Sparman karena kita Imam Bonjol ini memulai penjualan produk cicil emas dan gadai emas itu pas mager tahun 2021 sementara sparman jauh sebelum itu dari segi nasabah kurang lebih begitu, tapi kalo misalnya lebih condong

⁹ “Bisnis Pembiayaan Emas BSI Melesat 30%” Bank Syariah Indonesia. Accessed April 1, 2025 Bankbsi.co.id

kemananya itu sama aja, karena produknya itu sama aja”¹⁰. Dari hasil wawancara dengan Bapak Arip dapat disimpulkan bahwa bank BSI KCP Lumajang Imam Bonjol memiliki lebih sedikit nasabah cicil emas dibanding BSI KCP Lumajang Sparman dikarenakan bank BSI KCP Lumajang Sparman lebih dulu memulai menjual produk cicil emas. Tapi dari segi produk cicil emas itu sama, tidak ada kekurangan dan kelebihan di masing masing Bank Syariah Indonesia tersebut.



Sumber: BSI KCP Lumajang Imam Bonjol – Data diolah (2025)

Gambar 1.2
Perkembangan Nasabah Cicil Emas

Dari grafik di atas menjelaskan mengenai jumlah nasabah cicil emas yang mengalami peningkatan di tahun 2022 ke 2024, pada tahun 2022 jumlah nasabah cicil emas di BSI KCP Lumajang imam bonjol berjumlah 32 nasabah. Di tahun 2023 jumlah nasabah cicil emas mengalami sedikit kenaikan 21% dengan jumlah nasabah cicil emas 39. Sedangkan pada tahun 2024 nasabah cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mengalami kenaikan yang

¹⁰ Arip, diwawancara oleh penulis, Lumajang, 6 Mei 2025

signifikan yaitu 719% dengan jumlah 320 nasabah cicil emas. Hal ini menunjukan bahwa nasabah cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol dari tahun 2022 sampai 2024 mengalami perkembangan yang sangat besar.

Namun, dalam hasil wawancara dengan beberapa nasabah BSI KCP Lumajang Imam Bonjol minat terhadap produk cicil emas masih relatif rendah. Hasil wawancara dengan Ibu Nur Fadilah selaku nasabah BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mengatakan bahwa "Saya sudah lama menjadi nasabah BSI namun saya tidak mengetahui produk tersebut dan kurang berminat dengan investasi emas apalagi dengan dicicil mending langsung beli tunai saja jika ada uang".¹¹

Dilanjut hasil wawancara dengan Bapak Supardi nasabah BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mengatakan "Saya tidak mengetahui adanya produk cilem di BSI. Saya menjadi nasabah BSI hanya sekedar untuk menabung saja".¹²

Evita Pravitya Ningsih, nasabah BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mengatakan "Ya, saya tahu. Cilem atau Cicil Emas di Bank BSI adalah produk pembiayaan yang memungkinkan nasabah membeli emas dengan sistem cicilan berbasis syariah. Produk ini menggunakan akad murabahah, jadi tidak ada bunga seperti di bank konvensional, melainkan ada kesepakatan harga di awal yang dibayar secara angsuran. Menurut saya, ini salah satu produk yang cukup menarik, terutama bagi yang ingin mulai investasi emas tapi belum bisa

¹¹ Nur Fadilah, diwawancara oleh penulis, Lumajang, 7 Mei 2025

¹² Supardi, diwawancara oleh penulis, Lumajang, 7 Mei 2025

langsung bayar secara tunai. Selain itu, karena berbasis syariah, tentu lebih sesuai dengan prinsip keuangan Islam” dan lanjut mengatakan “Belum, saya belum memiliki Cilem sampai sekarang. Alasannya, karena saat ini saya masih fokus pada kebutuhan keuangan yang lebih mendesak, seperti biaya hidup sehari-hari dan menabung untuk hal-hal penting lainnya. Meskipun saya tertarik, saya merasa belum siap secara finansial untuk memulai cicilan emas. Tapi ke depannya, kalau kondisi keuangan sudah lebih stabil, saya berencana mempertimbangkan produk ini sebagai salah satu cara untuk investasi jangka panjang yang aman dan sesuai prinsip syaria”.¹³

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat terhadap produk cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol masih relatif rendah karena kurangnya literasi keuangan syariah dan informasi atau sosialisasi yang diberikan kepada nasabah serta adanya masalah terhadap pendapatan nasabah karena masih kurangnya pendapatan sehingga tidak dapat menyisihkan sebagian untuk kebutuhan investasi. Ini berbanding terbalik dengan perkembangan nasabah cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol dimana masih ada nasabah yang masih belum berminat berinvestasi cicil emas dikarenakan ada yang masih belum mengetahui dan masih ada yang belum cukup pendapatannya untuk berinvestasi cicil emas.

Literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai melek keuangan syariah yaitu mengetahui secara jelas produk dan jasa keuangan syariah, serta

¹³ Evita Pravitya Ningsih, diwawancara oleh penulis, Lumajang, 7 Mei 2025

dapat membedakan antara bank konvensional dan bank syariah serta dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam mengambil keputusan ekonomi sesuai dengan syariah.¹⁴ Literasi keuangan syariah merujuk pada kemampuan seseorang dalam memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap keuangan untuk mengelola sumber daya finansial sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.¹⁵ Literasi keuangan syariah adalah pengetahuan atau pemahaman yang dimiliki oleh individu terhadap keuangan syariah seperti mengetahui produk dan jasa keuangan syariah sehingga dapat mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip dalam Islam.

Promosi adalah proses mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang suatu perusahaan atau produk untuk mempengaruhi pembeli potensial.¹⁶ Promosi adalah kegiatan komunikasi antara perusahaan dan konsumen sebagai usaha untuk memperingati konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan.¹⁷ Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

¹⁴ Muhammad Yusuf Hambali, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Sekitar Pondok Pesantren Di Kecamatan Cibitung Bekasi" (Skripsi. Institut Pertanian Bogor, 2018), 11.

¹⁵ Siti Hafizah, Abdul Rahim, Rosemaliza Abdul Rashid, dan Abu Bakar Hamed, "Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis," *International Journal of Economics and Financial Issues* 6, no.7 (2016): 32–35, <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijefi/issue/32000/353022>

¹⁶ Mumuh Mulyana, "Strategi Promosi dan Komunikasi," *INA-Rxiv, preprint*, Jun. 2019. doi: 10.31227/osf.io/v7dfr.

¹⁷ Garaika dan Winda Feriyan, "Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta," *Jurnal Aktual* 16, no.1(2018)21-27, <https://jurnal.stietrisnanegara.ac.id/index.php/aktual/article/view/3>

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi yang mereka sumbangkan dalam turut serta membentuk produk nasional.¹⁸ Pendapatan adalah uang yang diperoleh seseorang atau anggota keluarga yang bersusah payah melakukan kerja. Secara umum pendapatan diartikan sebagai semua penerimaan masyarakat atau negara dari semua kegiatan yang dilakukan maupun kegiatan yang tanpa dilakukan.¹⁹ Pendapatan adalah suatu penerimaan bagi seseorang atau kelompok dari hasil mengeluarkan materi, tenaga dan pikiran sehingga akan memperoleh balas jasa. Pendapatan menunjukkan uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan, pikiran atau tenaga yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi.

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pikiran tertentu. Secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.²⁰ Minat dapat diartikan pula sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap sesuatu yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai

¹⁸ Muhammad Elsa Tomisa Dan M.Syafitri, "Pengaruh badan usaha milik desa terhadap pendapatan asli di desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no.1 (2020) 91-101, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.219>

¹⁹ Anggia Ramadhan, Radian Rahim, dan Nurul Nabila Utami, *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)* (Tahta Media Group, 2023) 144

²⁰ Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004) 151

dengan perasaan senang.²¹ Sedangkan minat investasi adalah minat seseorang dalam mengalokasikan atau menanamkan sumber daya saat ini dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Minat investasi merupakan keinginan, kecenderungan, ketertarikan, atau dorongan yang kuat untuk melakukan kegiatan investasi.²² Keinginan untuk berinvestasi muncul dari adanya dorongan seseorang untuk berinvestasi dan adanya motivasi berupa ingin mendapatkan keuntungan.

Dari penjelasan di atas, dapat dinyatakan bahwa pemahaman literasi keuangan syariah, penerapan promosi dan pendapatan yang tinggi mampu menarik minat investasi. Hal ini sama seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fathya Aulia Zahra pada tahun 2024 dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta” yang menyatakan bahwa pendapatan, promosi, dan literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas.²³ Dari penelitian yang dilakukan Muhammad Iqbal dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Investasi Crypto Pada Generasi Z di Kota Banda Aceh" ini juga menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif

²¹ Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: PT. Prenada media, 2004) 262

²² Rine Gesta, Endah Andayani, dan Auliana Farrabanie Al Arsy, “Pengaruh Preferensi Resiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis,” *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 4, no.1 (2019), <https://doi.org/10.21067/jrpe.v4i1.3773>.

²³ Fathya Aulia Zahra, “Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta,” (Skripsi, UPN Veteran Jakarta, 2024), 6.

terhadap minat investasi.²⁴ Dan juga dari penelitian yang dilakukan oleh Nadiah Khalishah Fithri dengan judul "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pemalang Comal" juga menyatakan bahwa promosi dan pendapatan berpengaruh terhadap minat investasi.²⁵

Berdasarkan pemaparan di atas dan penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil uraian yang telah disampaikan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol?
2. Apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol?

²⁴ Muhammad Iqbal, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Investasi Crypto Pada Generasi Z Di Kota Banda Aceh" (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2025), 17-111.

²⁵ Nadiah Khalishah Fithri "Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, Dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kcp Pemalang Comal" (Skripsi, UIN Gusdur, 2025), 14-83.

3. Apakah pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol?
4. Apakah literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol?

C. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah secara parsial terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan secara parsial terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan secara simultan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol

D. Manfaat Penelitian

Bagian ini berisi tentang manfaat apa yang bisa diberikan setelah proses penelitian ini dilakukan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu pengetahuan dan informasi yang bermanfaat mengenai Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan baru dan wawasan bagi peneliti khususnya tentang Bank Syariah Indonesia.

b. Bagi Instansi Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi bagi instansi Bank Syariah Indonesia mengenai faktor-faktor yang membuat nasabah ingin berinvestasi produk cicil emas serta diharapkan bisa dijadikan sebagai masukan untuk Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam bonjol agar meningkatkan kualitas produk dan layanannya.

c. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi dosen serta mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi

berupa buku bacaan di perpustakaan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu objek, atau sifat, atau atribut atau nilai dari orang yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk diteliti dan ditarik kesimpulan. Variabel dapat dibedakan menjadi dua yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen.²⁶ Pada penelitian ini variabel bebas sebagai berikut:

- 1) Literasi Keuangan Syariah (X1)
- 2) Promosi (X2)
- 3) Pendapatan (X3)

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.²⁷ Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah:

- 1) Minat Investasi (Y)

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013), 39

²⁷ Sugiyono, 39

2. Indikator variabel

Indikator variabel adalah rujukan empiris dari variabel yang diteliti.

Indikator ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau item pernyataan dalam angket, interview, dan observasi.²⁸

Indikator dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1.2
Indikator Variabel

Judul	Variabel	Indikator
Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol	Literasi Keuangan Syariah (X1)	Pengetahuan
		Kemampuan
		Sikap
		Kepercayaan ²⁹
	Promosi (X2)	<i>Advertising</i> (Iklan)
		<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)
		<i>Public Relation</i> (Hubungan Masyarakat)
		<i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung) ³⁰
	Pendapatan (X3)	Pekerjaan
		Penghasilan
		Beban Pendidikan
		Beban Biaya Hidup ³¹
	Minat Investasi (Y)	Minat Transaksional
		Minat Referensial
		Minat Preferensial
		Minat Eksploratif ³²

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

²⁸ Babun Suharto et al., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember* (Jember, UIN Kiai Achmad Siddiq Jember, 2021), 39-40

²⁹ Sugeng Santoso et al., *Strategi Nasional Literasi dan Inklusi Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia* (Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2024), 58

³⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran (15th Edition)*, Harlow : Person Education Limited, 2016) 47

³¹ Hamonangan Siallagan, *Teori Akuntansi Edisi Pertama* (Medan: Universitas HKBP Nomensen Medan, 2020) 195, <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3900>.

³² Anna Wulandari dan Heru Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen* (Bekasi: PT. Kimshafi Alung Cipta, 2024), 53, <https://publisher.alungcipta.com/books/keputusan-pembelian-konsumen/>

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel.³³

1. Literasi Keuangan Syariah (X1)

Literasi keuangan syariah adalah pemahaman dan keterampilan untuk mengelola keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti menghindari riba, gharar, dan maysir, serta memahami produk dan jasa keuangan syariah. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan dan membuat keputusan keuangan yang bertanggung jawab berdasarkan ajaran Islam.³⁴

Variabel literasi keuangan syariah dalam penelitian ini adalah seberapa tinggi tingkat literasi keuangan syariah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol sehingga akan dapat mempengaruhi minat untuk berinvestasi cicil emas.

Indikator variabel literasi keuangan syariah adalah sebagai berikut.³⁵

- a. Pengetahuan
- b. Kemampuan

³³ Suharto, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember*, 39-40

³⁴ Teuku Syifa Fadrizha Nanda, Ayumiati, dan Rahmaton Wahyu. "Tingkat literasi keuangan syariah: Studi pada masyarakat Kota Banda Aceh." *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no.2 (2019): 141-152, <https://dx.doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8573>.

³⁵ Santoso, *Strategi Nasional Literasi dan Inklusi Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia*, 58

- c. Sikap
- d. Kepercayaan

2. Promosi (X2)

Promosi adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk, layanan, atau merek kepada konsumen dengan tujuan membujuk mereka untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.³⁶

Variabel promosi dalam penelitian ini adalah seberapa jauh promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol dapat mempengaruhi minat nasabahnya untuk berinvestasi cicil emas.

Indikator variabel promosi adalah sebagai berikut:³⁷

- a. *Advertising* (Iklan)
- b. *Sales Promotion* (Promosi penjualan)
- c. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)
- d. *Direct Marketing* (Pemasaran langsung)

3. Pendapatan (X3)

Pendapatan adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh setiap individu dalam masyarakat, baik dari kegiatan ekonomi maupun dari transfer pembayaran. Ini termasuk gaji, pendapatan dari investasi,

³⁶ Irene Silviana dan Prabudi Darus, *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*, (Scopindo media pustaka, 2021) 74

³⁷ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran* 47

tunjangan sosial, dan juga pendapatan yang diperoleh tanpa melakukan kegiatan apapun, seperti dana pensiun.³⁸

Variabel pendapatan dalam penelitian ini adalah seberapa banyak pendapatan yang di peroleh supaya bisa menyisipkan sebagian pendapatannya untuk berinvestasi cicil emas.

Indikator variabel pendapatan adalah sebagai berikut:³⁹

- a. Pekerjaan
 - b. Penghasilan
 - c. Beban pendidikan
 - d. Beban biaya hidup
4. Minat Investasi

Minat investasi adalah kecenderungan atau ketertarikan seseorang untuk mengalokasikan dana atau sumber daya yang dimiliki ke dalam berbagai instrumen investasi dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Minat investasi adalah dorongan internal yang memotivasi seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan investasi dengan tujuan mencapai tujuan keuangan mereka.⁴⁰

Variabel minat investasi dalam penelitian ini adalah variabel paling penting dimana variabel ini mengukur seberapa jauh nasabah Bank

³⁸ Nurlaila Hanum, "Analisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomika* 1, no.2 (2017): 107, <https://doi.org/10.1234/jse.v1i2.325>

³⁹ Siallagan, *Teori Akuntansi Edisi Pertama*, 195

⁴⁰ Akhmad Darmawan, Kesih Kurnia, and Sri Rejeki, "Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 8, no.2 (2019): 44-56, <https://doi.org/10.3263/jiak.v8i2.297>.

Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol merasa penting dan tertarik dalam berinvestasi cicil emas.

Indikator variabel minat investasi adalah sebagai berikut:⁴¹

- a. Minat Transaksional
- b. Minat Referensial
- c. Minat Preferensial
- d. Minat Eksploratif

Tabel 1.3
Definisi Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	Seberapa tinggi tingkat literasi keuangan syariah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol sehingga akan dapat mempengaruhi keputusan keuangannya	Pengetahuan (X1.1)	Saya memahami literasi keuangan syariah
		Kemampuan (X1.2)	Saya memiliki keputusan keuangan yang baik
		Sikap (X1.3)	Saya bisa merencanakan keuangan saya dengan baik
		Kepercayaan (X1.4)	Saya memprioritaskan lembaga keuangan syariah dibandingkan dengan lembaga konvensional
Promosi (X2)	Seberapa pengaruh promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol sehingga dapat mempengaruhi minat nasabahnya untuk berinvestasi cicil emas	<i>Advertising</i> (Iklan) (X2.1)	Saya mendapatkan informasi mengenai investasi cicil emas di bank syariah Indonesia melalui brosur, koran, iklan atau media sosial
		<i>Sales Promotion</i> (Promosi penjualan) (X2.2)	Saya tertarik berinvestasi cicil emas di bank syariah Indonesia karena pemberian informasi yang jelas dan transaksi yang transparan
		<i>Public Relation</i> (Hubungan	Saya tertarik berinvestasi cicil emas karena termotivasi oleh

⁴¹Wulandari and Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen*, 53

		Masyarakat) (X2.3)	informasi yang diberikan sales Bank Syariah Indonesia
		<i>Direct Marketing</i> (Pemasaran langsung) (X2.4)	Saya tertarik berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia setelah melihat iklan yang secara langsung menawarkan skema cicilan emas
Pendapatan (X3)	Seberapa pengaruh pendapatan yang dihasilkan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol sehingga dapat minyisihkan sebagian pendapatannya untuk berinvestasi cicil emas	Pekerjaan (X3.1)	Pekerjaan tetap saya mampu menghasilkan pendapatan yang lebih untuk dapat disisihkan sebagian untuk berinvestasi cicil emas
		Penghasilan (X3.2)	Penghasilan saya setiap bulannya dapat disisihkan sebagian untuk berinvestasi cicil
		Beban pendidikan (X3.3)	Pendapatan yang saya memiliki mampu membiayai pendidikan saya atau keluarga saya dan masih ada sebagian untuk disisihkan untuk berinvestasi cicil emas
		Beban biaya hidup (X3.4)	Pendapatan saya saat ini cukup untuk membiayai tanggungan kehidupan saya atau tanggungan keluarga saya dan masih ada sebagian untuk disisihkan untuk berinvestasi cicil emas
Minat Investasi (Y)	Seberapa jauh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol merasa penting dan tertarik untuk berinvestasi cicil emas	Minat Transaksional (Y1)	Saya tertarik dengan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia karena prosesnya yang mudah, cepat, aman, dan terjamin
		Minat Referensial (Y2)	Saya tertarik dengan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia setelah mendapatkan referensi

			atau petunjuk dari teman atau kerabat
		Minat Preferensial (Y3)	Saya tertarik dengan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia karena transaksinya transparan dan menguntungkan
		Minat Eksploratif (Y4)	Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai produk pembiayaan cicil emas BSI kepada teman atau kerabat dan karyawan Bank Syariah Indonesia

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian mengacu pada pandangan, keyakinan, atau pernyataan dasar yang menjadi landasan bagi suatu penelitian. Asumsi-asumsi ini umumnya belum terbukti pada awal penelitian dan digunakan sebagai prasyarat atau dasar yang diterima oleh peneliti dalam perencanaan, perancangan, dan pelaksanaan penelitian mereka. Asumsi penelitian berperan dalam memberikan kerangka dasar yang akan diuji, dikembangkan, atau dibantah selama proses penelitian. Berikut beberapa asumsi penelitian dari penulis:

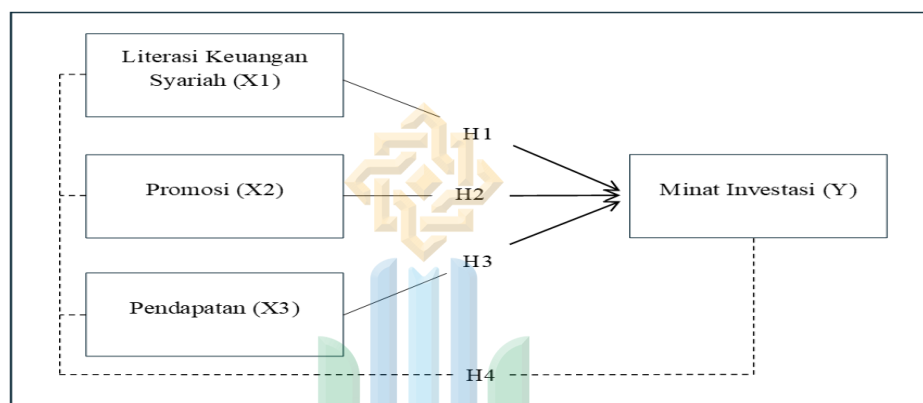
1. Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, asumsi yang mendasari penelitian ini adalah bahwa nasabah memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang cukup untuk memahami konsep investasi dan manfaat cicil emas di BSI sebagai salah satu instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. BSI KCP Lumajang Imam

Bonjol telah melakukan edukasi dan sosialisasi keuangan syariah secara efektif, sehingga nasabah memahami manfaat dan risiko investasi cicil emas.

2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, asumsi yang mendasari penelitian ini adalah bahwa BSI KCP Lumajang Imam Bonjol menjalankan strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan minat investasi cicil emas, baik melalui media sosial, pemasaran langsung, maupun edukasi finansial sehingga dapat mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas. Sehingga cicil emas memiliki karakteristik yang menarik bagi nasabah, seperti kemudahan pembayaran, potensi keuntungan jangka panjang, dan kesesuaian dengan prinsip syariah.
3. Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol, asumsi yang mendasari penelitian ini adalah bahwa semakin tinggi pendapatan nasabah, semakin besar kemampuan mereka untuk berinvestasi cicil emas karena memiliki dana lebih yang dapat dialokasikan.
4. Literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, asumsi ini mengimplikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan, maka semakin besar pula kemungkinan mereka akan melakukan investasi cicil emas. Dengan kata lain, ketiga variabel ini saling memperkuat satu sama lain dalam

mendorong minat investasi nasabah untuk berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

Untuk memudahkan dan mempersatukan pandangan antara peneliti dan pembaca terhadap alur pemikiran, maka peneliti merumuskan kerangka konseptual penelitian, sebagai berikut:



Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Gambar 1.3
Kerangka Konseptual

Keterangan:

- Simultan : —————→
- Parsial : —————→
- H1 : Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat investasi
- H2 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi
- H3 : Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi
- H4 : Literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat investasi

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah bentuk pernyataan sementara terhadap hasil penelitian, pada dasarnya hipotesis merupakan jawaban dari rumusan masalah, sedangkan kebenaran yang sebenarnya dari hipotesis perlu diuji melalui analisis data.⁴²

Berdasarkan kerangka berpikir diatas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat investasi

Jurnal yang ditulis Vitaloka Ervinayanti Ruswanda, Lilis Fauziah Balgis, dan Maya Apriyana dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing Terhadap Minat Generasi Z Investasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia" memperoleh hasil bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.⁴³ Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel literasi keuangan syariah terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

H1 : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel literasi keuangan syariah terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

⁴² Suharto, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember*, 41

⁴³ Vitaloka Ervinayanti Ruswanda, Lilis Fauziah Balgis, dan Maya Apriyana, "Pengaruh literasi keuangan syariah dan digital marketing terhadap minat generasi Z investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Ekonomi Islam* 3, No.2 (2025): 14–25, <https://ejournal.stai-mifda.ac.id/index.php/jekis/article/view/1410>

2. Pengaruh promosi terhadap minat investasi

Jurnal yang di tulis Alvien Septian Haerisma, Makmuri Ahdi, dan Laelatul Adha dengan judul “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu” memperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.⁴⁴ Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

H2 : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

3. Pengaruh pendapatan terhadap minat investasi

Jurnal yang di tulis Linda Septian Arianti, Maslichah, dan Abdullah Syakur Novianto dengan judul "Pengaruh Pendapatan, Pendidikan dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Digital (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang) memperoleh hasil bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.⁴⁵ Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

⁴⁴ Alvien Septian Haerismaa, Makmuri Ahdi, dan Laelatul Adha, "Pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada pegadaian syariah pasar baru indramayu," *Jurnal Ekonomi Rabbani* 1, no. 2 (2021): 79–94, <http://repository.syekhnuurjati.ac.id/id/eprint/5851>

⁴⁵ Linda Septian Arianti, Maslichah, dan Abdullah Syakur Novianto, "Pengaruh Pendapatan, Pendidikan dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Digital (Studi pada

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

H3 : Terdapat pengaruh signifikan antara variable pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

4. Pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan terhadap minat investasi

Dalam skripsi yang ditulis oleh Fathya Aulia Zahra tentang "Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas BSI di DKI Jakarta" memperoleh hasil bahwa literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas.⁴⁶

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

H4 : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang)," *Jurnal Warta Ekonomi* 8, no.01 (2025), 45-60 <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jwe/article/view/26843>.

⁴⁶ Zahra, *Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta*, 6

I. Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan gambaran singkat tentang isi dan kerangka penulisan skripsi. Tujuan dari hal ini adalah untuk memberikan penulis dan pembaca pengetahuan dasar. Membuat sistematika yang mengikuti urutan skripsi akan membuat penulisan skripsi jauh lebih mudah. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian dan indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan sistematika pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, berisi penelitian terdahulu dan kajian teori yang berhubungan dengan judul penelitian ini yaitu pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol.

BAB III METODE PENELITIAN, berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik, instrumen pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan dalam meneliti pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, berisi gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran-saran yang bersifat membangun dan memperbaiki bagi semua pihak-pihak dan khususnya bagi lembaga yang diteliti.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAIN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan bagian dari hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian, kemudian membuat ringkasannya. Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah:

1. Skripsi yang ditulis oleh Fathya Aulia Zahra dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta”⁴⁷

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari pendapatan, promosi, dan literasi keuangan syariah terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan sumber data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner kepada responden nasabah Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan, promosi, dan literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan Bank Syariah Indonesia dapat

⁴⁷ Zahra, *Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta*, 6.

meningkatkan inovasi dalam segi promosi dan edukasi terkait keuangan syariah serta menjalin kerjasama dengan perusahaan multinasional yang memiliki rata rata pendapatan karyawan yang tinggi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathya Aulia Zahra yaitu menggunakan variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan, objek penelitian produk cicil emas, lokasi bank BSI serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan juga dari lokasi penelitian.

2. Jurnal yang ditulis Nisa Zahratul Jannah, Mahyarni, dan Julina dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pendapatan, Persepsi Risiko, dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Emas Antam Logam Mulia pada Generasi Milenial”⁴⁸

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, pendapatan, persepsi risiko, dan perilaku keuangan terhadap minat berinvestasi logam mulia Antam di kalangan milenial. Penelitian ini menggunakan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden milenial di Kota Pekanbaru.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara parsial, pendapatan dan perilaku keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

⁴⁸ Nisa Zahratul Jannah, Mahyarni, dan Julina, “Pengaruh literasi keuangan syariah, pendapatan, persepsi risiko, dan perilaku keuangan terhadap minat investasi emas antam logam mulia pada generasi milenial,” *Jurnal Bisnis Kompetif* 4, no. 2 (2025): 93-281, <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v4i2.2165>

minat investasi emas, sedangkan literasi keuangan syariah dan persepsi risiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Secara simultan, keempat variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa Zahratul Jannah yaitu menggunakan variabel literasi keuangan syariah dan pendapatan, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu tidak ada variabel promosi, ada variabel tambahan persepsi risiko dan perilaku keuangan, pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, objek penelitian emas Antam Logam, serta lokasi penelitian.

3. Jurnal yang di tulis Alvien Septian Haerisma, Makmuri Ahdi, dan Laelatul Adha dengan judul "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu"⁴⁹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Minat Produk Cicil Emas. Variabel independen yakni Fluktuasi Harga Emas dan Promosi. Populasi dalam berjumlah 127 nasabah. Dengan jumlah sampel 57 nasabah. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

⁴⁹ Haerismaa, Ahdi, Adha, "Pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada pegadaian syariah pasar baru indramayu," 1.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fluktuasi harga emas secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Secara simultan variabel fluktuasi harga emas dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Alvien Septian Haerisma yaitu menggunakan variabel promosi, objek penelitian produk cicil emas, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu tidak ada variabel literasi keuangan syariah dan pendapatan, ada variabel tambahan fluktuasi harga emas, pengambil sampel menggunakan *purposive sampling*, serta lokasi penelitian.

4. Jurnal yang di tulis Linda Septian Arianti, Maslichah, dan Abdullah Syakur Novianto dengan judul "Pengaruh Pendapatan, Pendidikan dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Digital (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang)"⁵⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, pendidikan dan sistem pembayaran memengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi emas digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif korelasional dengan teknik *purposive sampling* dan sampel dihitung menggunakan rumus slovin yang menghasilkan 74

⁵⁰ Arianti, Maslichah, dan Novianto, "Pengaruh Pendapatan, Pendidikan dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Digital (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang)," 1

responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis google form yang disebarakan langsung pada nasabah investasi emas di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah investasi emas digital, pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah investasi emas digital, sistem pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah investasi emas digital.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Linda Septian Arianti yaitu menggunakan variabel pendapatan, objek produk cicil emas, lokasi bank BSI serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu tidak ada variabel literasi keuangan syariah dan promosi, jenis penelitian korelasional, teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling dan penentuan sampel menggunakan rumus slovin, serta lokasi penelitian.

5. Jurnal yang di tulis Rizal Muttaqin dan Rosida Dwi Ayuningtyas dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan syariah, Religiusitas dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi pada Masyarakat Milenial Kota Semarang)"⁵¹

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan pendapatan terhadap minat

⁵¹ Rizal Muttaqin dan Rosida Dwi Ayuningtyas, "Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan pendapatan terhadap minat investasi di Pasar Modal Syariah (Studi pada Masyarakat Milenial Kota Semarang)" *Journal of Management dan Business* 5, no.1 (2022): 33-59, <https://doi.org/10.26877/sta.v5i1.12008>

investasi di pasar modal syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sampelnya adalah 100 responden yang merupakan penduduk kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan cara menyebarkan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat investasi pada pasar modal syariah, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal syariah, dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal syariah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizal Muttaqin yaitu menggunakan variabel literasi keuangan syariah dan pendapatan, teknik pengambilan menggunakan simple random sampling serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu tidak ada variabel promosi, ada variabel tambahan religiusitas, jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan juga dari objek penelitian serta lokasi penelitian.

6. Jurnal yang ditulis Aris Wahyu Mulyadi dan Ari Susanti dengan judul "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas di Pegadaian Pada Gen Z di Wilayah Solo Raya"⁵²

⁵² Aris Wahyu Mulyadi dan Ari Susanti, "Pengaruh pendapatan, pengetahuan investasi, dan literasi keuangan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian pada Gen Z di Wilayah Solo Raya" *Jurnal Studi Inovasi* 4, no. 1 (2024): 36-44, <https://doi.org/10.52000/jsi.v4i1.149>

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pendapatan, pengetahuan dan literasi keuangan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadain oleh generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan jumlah responden 120.

Hasil variabel pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi tabungan emas. sedangkan pada variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi tabungan emas, dan variabel literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi tabungan emas.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Aris Wahyu Mulyadi yaitu menggunakan variabel pendapatan, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu tidak ada variabel literasi keuangan syariah dan promosi, ada variabel tambahan pengetahuan investasi dan literasi keuangan, teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling, penentuan sample menggunakan rumus dari Ahli Hair, objek penelitian tabungan emas serta lokasi penelitian.

7. Skripsi yang ditulis oleh Atika Sari dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Pendapatan Terhadap Minat Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh"⁵³

⁵³ Atika Sari “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi Dan Pendapatan Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh” (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2023) 6-65

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiasi. Populasi seluruh nasabah yang berjumlah 1.822 dan sampel 281. Teknik pengumpulan data kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian diketahuinbahwa literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan nasabah secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. Masyarakat yang paham literasi keuangan syariah, memiliki pengetahuan agama, dan ditambah dengan adanya promosi akan lebih memunculkan minat menjadi nasabah Bank Aceh Syariah yang sesuai prinsip islami.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Atika Sari yaitu menggunakan variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu jenis penelitian asosiasi dan juga dari lokasi penelitian.

8. Jurnal yang ditulis Vitaloka Ervinayanti Ruswanda, Lilis Fauziah Balgis, dan Maya Apriyana dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah

dan Digital Marketing Terhadap Minat Generasi Z Investasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia"⁵⁴

Tujuannya penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana literasi keuangan syariah dan digital marketing berpengaruh pada minat generasi Z dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei yang menggunakan kuesioner, populasi yang digunakan dalam penelitian berjumlah 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah memberi pengaruh positif dan signifikan pada minat investasi cicil emas. Juga, digital marketing memberi dampak positif dan signifikan pada minat investasi cicil emas. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan dengan meningkatkan minat generasi Z dalam pengambilan keputusan berinvestasi melalui cicil emas di Bank Syariah Indonesia.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Vitaloka Ervinayanti Ruswanda yaitu menggunakan variabel literasi keuangan syariah, objek produk cicil emas, lokasi bank BSI serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu tidak ada variabel promosi dan pendapatan, ada variabel tambahan digital

⁵⁴ Ruswanda, Balgis, Apriyana, "Pengaruh literasi keuangan syariah dan digital marketing terhadap minat generasi Z investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia," 1

marketing, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik survey dan juga dari lokasi penelitian.

9. Jurnal yang ditulis Nurul Adila, Ridhwan, Ary Dean Amri, dan Riki Saputra dengan judul "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1"⁵⁵

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah fluktuasi harga emas, promosi, serta kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan sampel berjumlah 134 responden. Data penelitian dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel fluktuasi harga emas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, serta kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Fluktuasi harga emas, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1.

⁵⁵ Nurul Adila et al., "Pengaruh fluktuasi harga emas, promosi serta kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1" *Bertuah: Journal of Shariah and Islamic Economics* 5, no.2 (2024): 297-307, <https://doi.org/10.56633/jsie.v5i2>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Adila yaitu menggunakan variabel promosi, objek produk cicil emas, lokasi bank BSI serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan perbedaannya yaitu tidak ada variabel literasi keuangan syariah dan pendapatan, ada variabel tambahan fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan, menggunakan jenis analisis deskriptif, penentuan sampel menggunakan rumus slovin, serta dari lokasi penelitian.

10. Jurnal yang di tulis Nadiah Khalishah Fithri, Pratomo Cahyo Kurniawan, Rohmad Abidin, dan Anugrah Fitria Berliananda dengan judul “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pemalang Comal”⁵⁶

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap minat berinvestasi pada produk cicil emas BSI KCP Pemalang Comal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Pemalang Comal. Jumlah sampel yang diperoleh adalah 100 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner.

⁵⁶ Nadiah Khalishah Fithri et al., “Pengaruh promosi, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap minat berinvestasi pada produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pemalang Comal,” *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 1 (2025): 221–236, <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/10628>.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi produk cicil emas. Pengetahuan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi produk cicil emas. Pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi produk cicil emas. Secara simultan promosi, pengetahuan produk, dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi produk cicil emas.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadiah Khalishah Fithri yaitu menggunakan variabel promosi dan pendapatan, objek produk cicil emas, lokasi bank BSI serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal dan perbedaannya yaitu tidak ada variabel literasi keuangan syariah, ada variabel tambahan pengetahuan produk, penentuan sampel menggunakan rumus slovin, teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling, serta dari lokasi penelitian.

Dari beberapa penelitian di atas, dapat disimpulkan letak persamaan dan perbedaan antara lain:

Tabel 2.1
Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Fathya Aulia Zahra, Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta, 2024	Menggunakan variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan, objek penelitian produk cicil emas, lokasi bank BSI, menggunakan	jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan juga dari lokasi penelitian

		pendekatan kuantitatif	
2	Nisa Zahratul Jannah, Mahyarni, dan Julina, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pendapatan, Persepsi Risiko, dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Emas Antam Logam Mulia pada Generasi Milenial, 2025	menggunakan variabel literasi keuangan syariah dan pendapatan, menggunakan pendekatan kuantitatif	tidak ada variabel promosi, ada variabel tambahan persepsi risiko dan perilaku keuangan, pengambilam sampel <i>purposive sampling</i> , objek penelitian emas Antam Logam, serta lokasi penelitian
3	Alvien Septian Haerisma, Makmuri Ahdi, dan Laelatul Adha, Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu, 2021	menggunakan variabel promosi, objek penelitian produk cicil emas, menggunakan pendekatan kuantitatif	tidak ada variabel literasi keuangan syariah dan pendapatan, ada variabel tambahan fluktuasi harga emas, pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> , serta lokasi penelitian
4	Linda Septian Arianti, Maslichah, dan Abdullah Syakur Novianto, Pengaruh Pendapatan, Pendidikan dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Digital (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang), 2025	Menggunakan variabel pendapatan, objek produk cicil emas, lokasi bank BSI, pendekatan kuantitatif	tidak ada variabel literasi keuangan syariah dan promosi, jenis penelitian korelasional, teknik <i>purposive sampling</i> dan rumus slovin, serta lokasi penelitian
5	Rizal Muttaqin dan Rosida Dwi Ayuningtyas, Pengaruh Literasi Keuangan syariah, Religiusitas dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi	menggunakan variabel literasi keuangan syariah dan pendapatan, teknik simple random sampling	tidak ada variabel promosi, ada variabel tambahan religiusitas, jenis penelitian deskriptif

	pada Masyarakat Milenial Kota Semarang, 2022	pendekatan kuantitatif	kuantitatif, objek penelitian, lokasi penelitian.
6	Aris Wahyu Mulyadi dan Ari Susanti, Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas di Pegadaian Pada Gen Z di Wilayah Solo Raya, 2024	menggunakan variabel pendapatan, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif	tidak ada variabel literasi keuangan syariah dan promosi, ada variabel pengetahuan investasi dan literasi keuangan, purposive sampling, objek penelitian, lokasi penelitian
7	Atika Sari, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Pendapatan Terhadap Minat Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, 2023	Menggunakan variabel literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan, menggunakan pendekatan kuantitatif	jenis penelitian asosiasi dan juga dari lokasi penelitian
8	Vitaloka Ervinayanti Ruswanda, Lilis Fauziah Balgis, dan Maya Apriyana, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing Terhadap Minat Generasi Z Investasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia, 2025	menggunakan variabel literasi keuangan syariah, objek produk cicil emas, lokasi bank BSI, menggunakan pendekatan kuantitatif	tidak ada variabel promosi dan pendapatan, ada variabel tambahan digital marketing, teknik survey, lokasi penelitian
9	Nurul Adila, Ridhwan, Ary Dean Amri, dan Riki Saputra, Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1, 2024	menggunakan variabel promosi, objek produk cicil emas, lokasi bank BSI, menggunakan pendekatan kuantitatif	tidak ada variabel literasi keuangan syariah dan pendapatan, ada variabel tambahan fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan, analisis deskriptif, rumus slovin
10	Nadiah Khalishah Fithri, Pratomo Cahyo Kurniawan, Rohmad Abidin, dan	menggunakan variabel promosi dan pendapatan,	tidak ada variabel literasi keuangan syariah, ada

Anugrah Fitria Berliananda, Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pemalang Comal, 2025	objek produk cicil emas, lokasi bank BSI, menggunakan pendekatan kuantitatif	variabel tambahan pengetahuan produk, rumus slovin, purposive sampling, lokasi penelitian
--	--	---

Sumber: Data diolah dari penelitian terdahulu (2025)

B. Kajian Teori

1. Literasi Keuangan Syariah

a. Pengertian literasi keuangan syariah

Literasi keuangan syariah dapat di artikan sebagai melek keuangan syariah yaitu mengetahui secara gamblang produk dan jasa keuangan syariah, serta dapat membedakan antara bank konvensional dan bank syariah serta dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam mengambil keputusan ekonomi sesuai dengan syariah. Pengertian lain disebutkan bahwa literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, kemampuan serta sikap untuk mengelola sumber keuangannya agar sesuai dengan ajaran Islam.⁵⁷ Literasi keuangan syariah dalam konteks agama bertujuan agar kaum Muslim dapat mengelola keuangannya dengan baik. Karena dikhawatirkan saat seorang Muslim sedang menghadapi masalah terkait keuangan, ia akan meninggalkan agamanya. Dengan tingkat literasi keuangan syariah yang baik diharapkan seorang

⁵⁷ Rita Kusumadewi dan Ayus Ahmad Yusuf, *Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan Pondok Pesantren* (Cirebon, CV. ELSI Pro, 2019), 15.

Muslim mengalokasikan sumber daya keuangannya sesuai dengan kebutuhan.

Kapasitas untuk mengelola sumber daya keuangan seseorang sesuai dengan aturan syariah merupakan inti dari literasi keuangan syariah. Keuangan Islam didasarkan pada prinsip-prinsip berikut. Keimanan terhadap ketentuan Allah, menjauhi riba, berinvestasi hanya pada aset haram, berbagi risiko, dan tidak terlibat dalam gharar (ketidakpastian) atau maysir (perjudian/spekulasi).⁵⁸

Mengetahui cara mengelola uang menurut hukum Islam merupakan kewajiban agama bagi semua Muslim. Hal ini dikarenakan hal tersebut mempengaruhi peluang mereka untuk meraih Al-Falah, atau kesuksesan sejati, baik di dunia maupun di akhirat. Hal ini menunjukkan bahwa meroketnya pangsa pasar keuangan syariah di Indonesia secara langsung berkaitan dengan tingginya tingkat literasi keuangan syariah di negara ini, yang pada gilirannya menyebabkan meningkatnya penggunaan barang dan jasa keuangan Islam.⁵⁹

Kemampuan untuk membedakan antara hal yang boleh dan yang dilarang dalam Islam merupakan keharusan bagi seluruh umat Islam, sebagaimana ditegaskan dalam Surat Al-An'am ayat 119:

⁵⁸ Nur Hidayah, *Literasi Keuangan Syariah* (Depok, Rajawali Pers, 2021) 9

⁵⁹ Desi Duwi Safitri, Wildatun Hasanah, Sri Wahyuni, dan Siti Masrohatin, "Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Program Pengabdian Masyarakat: Optimalisasi Sistem Layanan Kredit Jangka Pendek Kantor Cabang Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Bondowoso" *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no.1 (2024), 220–227.
<https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/issue/view/9>

وَمَا لَكُمْ أَلَّا تَأْكُلُوا مِمَّا ذُكِرَ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ
 إِلَّا مَا اضْطُرِرْتُمْ إِلَيْهِ وَإِنَّ كَثِيرًا لِّيُضِلُّونَ بِهَوَايِهِمْ بَغَيْرِ عِلْمٍ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
 أَعْلَمُ بِالْمُعْتَدِينَ

Artinya: “Mengapa kamu tidak mau memakan sesuatu (daging hewan) yang (ketika disembelih) disebut nama Allah. Padahal, Allah telah menjelaskan secara rinci kepadamu sesuatu yang dia haramkan kepadamu, kecuali jika kamu dalam keadaan terpaksa. Sesungguhnya banyak yang menyesatkan (orang lain) dengan mengikuti hawa nafsunya tanpa dasar pengetahuan. Sesungguhnya tuhanmu lebih mengetahui orang-orang yang melampaui batas (Q.S Al-An’am/06: 119)”⁶⁰

Pentingnya literasi atau pengetahuan ditegaskan dalam ayat 119 Surat Al-An'am, yang berarti bahwa setiap umat Islam harus mampu membedakan hal yang boleh dan yang dilarang dalam Islam. Hal ini dimaksudkan agar dapat membedakan antara yang baik dan yang salah.

b. Tujuan dan manfaat literasi keuangan syariah

Salah satu keuntungan utama dari literasi keuangan dalam Islam adalah semakin banyak orang yang memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah maka orang dan lembaga jasa keuangan syariah

⁶⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Qur'an Kemenag, 2018)

tersebut akan saling menguntungkan satu sama lain. Literasi keuangan syariah memberikan beberapa manfaat, sebagai berikut:⁶¹

- 1) Pengambilan keputusan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam akan lebih mudah jika seseorang memiliki literasi keuangan syariah yang tertanam dalam dirinya.
- 2) Karena sistem keuangan Islam secara tegas melarang riba, bunga, maysir atau penipuan maka semakin banyak individu berinvestasi dan menabung, maka aktivitas ekonomi yang diharapkan akan semakin stabil.
- 3) Negara dan lembaga keuangan syariah sama-sama memperoleh manfaat dari peningkatan literasi keuangan karena layanan modal yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah dan konsultasi keuangan syariah yang merupakan bagian integral dari organisasi ini.

Tingkat literasi keuangan syariah seseorang dapat digunakan sebagai ukuran hubungan mereka dengan prinsip-prinsip keuangan syariah dan penerapannya dalam penyedia layanan dan produk keuangan syariah, yang dapat menginformasikan pengambilan keputusan mereka, diyakini bahwa memiliki pemahaman yang kuat tentang keuangan pribadi akan membantu seseorang dalam membuat

⁶¹ Otoritas Jasa Keuangan, “Konsumen”, diakses April 27 2025. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>.

keputusan yang tepat. Jadi, seseorang dapat memenuhi tujuan dan rencana keuangan mereka sebaik mungkin.⁶²

c. Aspek-aspek literasi keuangan syariah

Beberapa bagian dari pendidikan keuangan Islam, seperti halal haram, gharar, maysir, dan transaksi tidak sah, mendapat lebih banyak perhatian daripada yang lain. Konsep yang digunakan, jenis transaksi, dan berbagai kontrak semuanya mengarah ke arah ini. Mirip dengan bagaimana suku bunga, inflasi, dan diversifikasi risiko membentuk tiga komponen utama dari tes literasi keuangan.⁶³ Karena riba (bunga) dilarang keras dalam ekonomi Islam, metrik ini tidak memiliki tempat dalam menilai literasi keuangan syariah. Agar dapat mengelola uang dengan bijak dan sesuai dengan hukum Islam, setiap Muslim harus memiliki literasi keuangan syariah.

Aspek - aspek literasi keuangan, dibagi menjadi 4 aspek, yaitu:

1) *General Personal Finance*

Kemampuan untuk memahami hal-hal yang berkaitan dengan pemahaman mendasar tentang keuangan pribadi dikenal *general personal finance*.

⁶² Arif Fadhillah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi (Studi Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh)" (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2022) 43.

⁶³ Waldelmi Aquino, "Analisis Literasi Keuangan Syariah Tentang Riba Pada Anggota BMT/Koperasi Syariah" *Jurnal Ilmiah Ekonomi* Vol 8, No. 02 (2022): 1782–91. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.2715>

2) Tabungan

Tidak seorang pun dapat menjamin bahwa mereka tidak akan mengalami kecelakaan, rasa sakit, atau masalah dalam mengejar keberuntungan. Oleh karena itu, setiap orang hidup dalam ketakutan terus-menerus terhadap hal yang tidak diketahui, terutama dalam hal takdir keuangan mereka. Memiliki rekening tabungan atau deposito adalah pilihan terbaik.

3) Asuransi

Bagian ini adalah pemahaman dasar tentang asuransi dan berbagai bentuknya.⁶⁴

d. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Indikator literasi keuangan syariah mengacu pada pengukuran pemahaman dan keterampilan individu dalam menggunakan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Indikator-indikator ini penting untuk mengukur sejauh mana literasi keuangan syariah mempengaruhi minat investasi nasabah, serta untuk merancang program-program edukasi yang sesuai guna meningkatkan pemahaman dan penggunaan produk keuangan syariah secara lebih luas. Literasi keuangan syariah dapat diukur menggunakan 4 indikator, yakni sebagai berikut⁶⁵:

⁶⁴ H. Chen dan Volpe, R.P. *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students* 7 (2). 107-128. (1998).

⁶⁵ Wulandari and Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen*, 53

a) Pengetahuan

Pengetahuan yang harus dimiliki nasabah tentang literasi keuangan syariah, sehingga dapat mengelola keuangan dengan baik, hal ini diharapkan agar dapat meningkatkan kesejahteraan keuangannya

b) Kemampuan

Nasabah yang memiliki tingkat literasi yang tinggi, sehingga mampu menciptakan keputusan keuangan yang baik.

c) Sikap

Kemampuan dalam mengetahui sumber uang tunai, membayar kewajiban, pengetahuan tentang membuka rekening pada lembaga keuangan syariah, serta melakukan perencanaan keuangan pribadi untuk masa yang akan datang.

d) Kepercayaan

Keyakinan atau rasa percaya pada suatu lembaga keuangan, produk, atau layanan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kepercayaan ini penting karena dapat mendorong nasabah untuk menggunakan produk dan layanan keuangan syariah.

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen

untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Selain itu, tujuan promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap suatu produk atau merek, sehingga menciptakan loyalitas merek. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi.⁶⁶

Sedangkan menurut para ahli, definisi promosi memiliki banyak arti, diantaranya menurut Philip Kotler promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari iklan, *personal selling*, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat (*public relations*).⁶⁷ Sedangkan menurut William promosi adalah semua aktivitas yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk atau jasa kepada konsumen untuk membujuk mereka membelinya.⁶⁸ Hermawan mendefinisikan promosi adalah suatu komunikasi persuasif yang direncanakan dengan matang untuk

⁶⁶ Onny Fitriana Sitorus dan Novelia Utami, Strategi Promosi Pemasaran (Jakarta, FKIP UHAMKA, 2017), 4.

⁶⁷ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 47

⁶⁸ William J. Stanton, *Fundamentals of marketing* (New York: McGraw-Hill, 2007) 98-115.

mempengaruhi khalayak sasaran, baik internal maupun eksternal, tentang produk, jasa, pendapat, ide atau lembaga, sehingga menghasilkan tanggapan atau tindakan yang dikehendaki.⁶⁹

Dalam Islam promosi sangat dianjurkan tetapi harus berpegang pada kebenaran (kenyataan), orang yang beriman perkataannya harus sesuai dengan perbuatannya (jujur) karena sangat berdosa besar bagi orang-orang yang tidak mampu menyesuaikan perkataannya dengan perbuatan, kejujuran merupakan pondasi utama atas tegaknya nilai-nilai kebenaran karena jujur itu identik dengan kebenaran.⁷⁰

Sejak zaman Rasulullah SAW, Islam telah mengajarkan tentang etika dalam bisnis termasuk cara promosi atau pemasaran yang sesuai dengan ajaran Islam. Islam juga mengatur semua tentang kehidupan tanpa terkecuali, termasuk dalam lingkup bisnis. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan yang maha pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Mengenai hal ini diisyaratkan oleh Rasulullah dalam sabdanya:

رَحْمَهُ فَلْيَصِلْ أَثَرَهُ، فِي لَهُ وَيُنْسَأَ رِزْقِهِ، فِي لَهُ يُبْسَطَ أَنْ أَحَبَّ مَنْ

⁶⁹ Hermawan Kertajaya, *Komunikasi Pemasaran Modern*, (2007) 45.

⁷⁰ Habiburahman, "Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi* 22, no.2 (2017), 177–86, <https://doi.org/10.24912/je.v22i2.219>.

Dari Anas bin Malik r.a berkata: Saya mendengar Rasulullah Saw bersabda: Barang siapa yang ingin dilapangkan rezekinya atau dipanjangkan umurnya, maka bersilaturahmi. (HR. Muslim).⁷¹

Dari hadits di atas dapat dipahami bahwa suatu kegiatan promosi atau pemasaran dipandang sebagai upaya mencari rezeki. Oleh sebab itu, hendaknya ada dalam diri pelaku usaha untuk mencari rezeki yang halal dan menunjangnya dengan melakukan silaturahmi. Promosi sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli sebuah produk karena promosi merupakan kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi atau membujuk konsumen agar mau membelanjakan uangnya.⁷²

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan oleh perusahaan untuk menarik, mempengaruhi, dan membujuk masyarakat atau konsumen agar membeli atau menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan.

b. Tujuan Promosi

Promosi pada umumnya merupakan suatu kegiatan dari perusahaan untuk meningkatkan penjualan atau produktivitas dan keuntungan. Tujuan diadakannya promosi adalah memberitahukan kepada masyarakat tentang produk atau jasa yang ditawarkan, keunggulan, manfaat, harga, dimana, dan cara memperolehnya.

⁷¹ Abi Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi an-Naisaburi, Shahih Muslim, Hadits no. 6586

⁷² Siti Masrohatin, "Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dan Loyalitas Konsumen." *Al-Iqtishadi* 2, no.1 (2016), 1. https://digilib.uinkhas.ac.id/33285/1/RIZKIYATUL%20HASANAH_204105020125.pdf

Tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tujuan promosi tersebut dapat dijelaskan, sebagai berikut⁷³ :

- 1) Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:
 - a) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
 - b) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
 - c) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
 - d) Membangun citra perusahaan.
- 2) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
 - a) Membentuk pilihan merek
 - b) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
 - c) Mendorong pembeli untuk berbelanja saat itu juga
 - d) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan waraniaga (*salesman*).
- 3) Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas:
 - a) Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat

⁷³ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Liberty, 2003), 249.

- b) Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan
- c) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada iklan
- d) Menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan

Menelaah pemikiran-pemikiran diatas, maka dapat disimpulkan betapa pentingnya kegiatan promosi, karena kegiatan promosi merupakan suatu proses memperkenalkan keberadaan, karakteristik, dan keunggulan dari produk perusahaan, sehingga menimbulkan minat calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan, yang merupakan tujuan utama dari tindakan promosi.

c. Strategi Promosi

Philip Kotler, seorang pakar pemasaran ternama, mengemukakan bahwa strategi promosi merupakan bagian integral dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P:⁷⁴

- 1) *Product* (Produk), mencakup desain, fitur, kualitas, dan branding produk.
- 2) *Price* (Harga), menentukan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai produk.
- 3) *Place* (Tempat), menentukan lokasi yang tepat untuk mendistribusikan produk.

⁷⁴ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 47

- 4) *Promotion* (Promosi), mengkomunikasikan nilai produk kepada target pasar.

Philip Kotler juga memberikan singkatan pada strategi penggunaan *Public Relationship* dengan istilah P-E-N-C-I-L-S, yaitu sebagai berikut⁷⁵:

- 1) *Publications* (publikasi), yaitu perusahaan dapat mengusahakan penerbitan-penerbitan tertentu untuk meningkatkan citra perusahaan.
- 2) *Event* (kegiatan) yang dirancang secara tepat dapat mencapai suatu tujuan *public relations* tertentu.
- 3) *News* (pemberitaan), yaitu semua usaha dilakukan supaya aktivitas tertentu dari perusahaan menjadi bahan berita di media massa.
- 4) *Community involvement* (kepedulian pada masyarakat), yaitu perusahaan berusaha akrab dan ramah dengan masyarakat disekitarnya. Hal ini terutama perlu pada saat sebuah cabang suatu perusahaan didirikan di suatu daerah baru.
- 5) *Identity media* (penggunaan media sebagai identitas), semua yang dipakai mulai dari kartu nama, kertas, maupun amplop, harus dibuat sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan citra suatu perusahaan. Selain itu *identity media* juga dapat diterapkan pada

⁷⁵ Kotler and Keller, 50.

sarana dan sarana/prasana lain, seperti gedung, mobil pengangkut barang, dan lain sebagainya.

- 6) *Lobbying* (memengaruhi) kontak pribadi yang dilakukan secara informal untuk mencapai tujuan tertentu.
- 7) *Social investment* (investasi sosial), yaitu perusahaan dapat merebut hati masyarakat yang ditujunya dengan melakukan partisipasi sosial seperti pembangunan jembatan, masjid, taman, dan fasilitas umum lainnya.

Strategi promosi yang efektif dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya, seperti meningkatkan penjualan, membangun *brand awareness*, dan memperkuat citra perusahaan.

d. Indikator Promosi

Indikator promosi adalah variabel yang digunakan untuk mengukur efektivitas suatu kegiatan promosi. Berikut adalah beberapa indikator promosi yang umum digunakan⁷⁶:

1) *Advertising* (Periklanan)

Periklanan adalah bentuk promosi ide produk atau jasa oleh sponsor. Medianya antara lain brosur, booklet, poster, penayangan pada audio visual, billboard dan lain-lain.

⁷⁶ Kotler and Keller, 47.

2) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang penggunaan produk dengan segera. Mediana antara lain pemberian informasi, hadiah, dan kupon.

3) *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Hubungan masyarakat merupakan upaya komunikasi menyeluruh untuk memengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap nasabah. Mediana antara lain kontak, seminar, laporan tahunan, sponsor, sumbangan, dan majalah perusahaan.

4) *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

Pemasaran langsung merupakan sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respons yang terukur dan minat disebuah lokasi. Mediana antara lain pemasaran lewat telepon, internet, surat, dan katalog.

3. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Menurut Sukirno pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.⁷⁷

Sedangkan menurut manurung pendapatan adalah total penerimaan

⁷⁷ Sukirno, *Makro Ekonomi. Teori Pengantar* (Jakarta: Raja Grasindo Perseda, 2011), 67

(uang dan barang/jasa) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu.⁷⁸ Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, laba dan sebagainya.

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima dari melakukan sebuah aktivitas yang menghasilkan, misalnya seseorang yang bekerja sebagai petani garam akan mendapatkan pendapatannya dari menjual garam, seorang pengusaha akan mendapatkan pendapatannya dari menjual produk yang telah di produksi.⁷⁹ Pendapatan individu merujuk pada total penghasilan seseorang dalam jangka waktu tertentu, yang menjadi dasar kemampuan finansial individu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, menyalurkan tabungan, serta melakukan investasi.⁸⁰ Pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda-beda seperti penjualan (*sales*), pendapatan jasa (*fees*), bunga (*interest*), dividen (*dividend*), dan royalti (*royalty*).⁸¹

Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak,

⁷⁸ Adler H. Manurung dan Lutfi T. Rizky, *Successful Financial Planner: A Complete Guide* (Jakarta: Grasindo, 2009), 315.

⁷⁹ Harnanto, *Dasar-Dasar Akuntansi* (Yogyakarta: ANDI, 2019) 164.

⁸⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Ekonomi Islam: Suatu kajian kontemporer* (Gema Insani Press, 2001), 22.

⁸¹ Martani et al., *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK Buku 1 Edisi 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 189.

buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta.⁸² Pada konsep pendapatan perorangan, mendefinisikan penghasilan sebagai jumlah dari nilai pasar barang dan jasa yang dikonsumsi dan perubahan nilai kekayaan yang ada pada awal dan akhir satu periode.⁸³ Pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya. Balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun, laba tergantung pada faktor yang dilibatkannya.⁸⁴

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh masyarakat berdasarkan kinerjanya, baik pendapatan uang maupun bukan uang selama periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.

b. Jenis-Jenis Pendapatan

Pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, di antaranya pendapatan aktif, pendapatan pasif, dan pendapatan investasi. Pendapatan aktif adalah penghasilan yang diperoleh dari hasil kerja sehari-hari, seperti gaji atau upah. Pendapatan pasif adalah pendapatan yang diperoleh tanpa perlu terlibat aktif dalam kegiatan

⁸² Pitma Pertiwi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan. Tenaga Kerja di Daerah Istimewah Yogyakarta," (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 45.

⁸³ Hafido, "Pengaruh Pemanfaatan Dana Zakat Produktif Terhadap Tingkat Penghasilan Mustahik di Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Yogyakarta," (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015), 32.

⁸⁴ Sudremi, *Pengetahuan Sosial Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 79.

sehari-hari, seperti sewa properti atau royalti. Pendapatan investasi adalah pendapatan yang berasal dari aset investasi, seperti *dividen*.⁸⁵

Pendapatan adalah penghasilan yang diterima oleh individu, perusahaan, atau organisasi dari berbagai kegiatan, seperti penjualan barang atau jasa, gaji, upah, sewa, bunga, atau laba. Pendapatan itu sendiri terdiri dari⁸⁶:

- 1) Pendapatan dari upah atau gaji yang mencakup upah atau gaji yang diterima oleh seseorang yang bekerja sebagai buruh misalnya, imbalan bagi pekerjaan yang dilakukan untuk suatu perusahaan atau majikan atau instansi tersebut, baik uang maupun barang dan jasa.
- 2) Pendapatan dari hasil usaha yang berupa pendapatan kotor, yaitu selisih nilai jual barang dan jasa yang diproduksi dengan biaya produksi.
- 3) Pendapatan lainnya, yaitu pendapatan di luar upah hasil gaji yang menyangkut usaha-usaha lainnya.

Rahardja dan Manurung membagi pendapatan menjadi tiga bentuk, yaitu⁸⁷:

⁸⁵ Tim Makmur, "3 Jenis Pendapatan Yang Dapat Kamu Miliki, Sudah Punya Mana Saja?" (blog). September 09, 2022, <https://blog.makmur.id/post/3-jenis-pendapatan-yang-dapat-kamu-miliki-sudah-punya-mana-saja-9bf6b7820e5a/>

⁸⁶ Asril Maulana, "Analisis pendapatan dan beban operasional dalam meningkatkan laba operasional pada pt. Kharisma pemasaran bersama nusantara (pt. Kpb nusantara)," (Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2018), 51

⁸⁷ Rahardja dan Manurung, *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2001), 89-103.

1) Pendapatan ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, dan lain-lain.

2) Pendapatan uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

3) Pendapatan personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian, yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

c. Sumber Pendapatan

Pendapatan seseorang harus dapat digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari baik

secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Nursandy sumber pendapatan masyarakat terdiri dari⁸⁸:

- 1) Dari sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
- 2) Dari sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain.
- 3) Dari sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman, dan pemberian orang lain.

Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa. Sumber pendapatan ini menurut Purnama berupa⁸⁹:

- 1) Pendapatan dari usaha
- 2) Pendapatan dari investasi
- 3) Pendapatan dari keuntungan sosial

Sumber pendapatan dalam islam adalah pendapatan yang diperoleh melalui cara-cara yang diperbolehkan dalam Islam, seperti bekerja, berdagang, atau berinvestasi dengan prinsip yang sesuai

⁸⁸ Nursandy, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Tape di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso," (Jember, 2012), 23.

⁸⁹ Arif Purnama, "Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU), Pendapatan Asli Daerah (PAD), Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SILPA), Dan Luas Wilayah Terhadap Belanja Modal Pada Kabupaten Dan Kota Di Jawa Tengah Periode 2012-2013," (Skripsi, Unmuh Surakarta, 2014), 21.

dengan syariat. Sebagaimana dalam firman Allah SWT surat Al-Isra' ayat 30:

إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ إِنَّكَ بِعِبَادِهِ لَخَبِيرٌ بَصِيرٌ

Artinya: Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezeki bagi siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkan (-nya bagi siapa yang Dia kehendaki). Sesungguhnya Dia Mahateliti lagi Maha Melihat hamba-hamba-Nya (Q.S Al-Isra'/17: 30)⁹⁰.

Dalam surat tersebut menerangkan bahwa pendapatan atau rezeki, tidak berasal dari usaha manusia semata, tetapi adalah pemberian Allah. Allah mengetahui keadaan setiap hamba-Nya, termasuk kebutuhan dan kemampuan mereka. Oleh karena itu, dia memberikan pendapatan mereka sesuai dengan apa yang terbaik bagi mereka. Ayat ini juga mengingatkan agar tidak berburuk sangka kepada Allah jika pendapatan tidak sesuai dengan keinginan kita. Kita harus yakin bahwa Allah pasti memberikan yang terbaik bagi setiap hamba-Nya dan meskipun pendaptan adalah pemberian Allah, manusia tetap dianjurkan untuk berusaha dan bekerja keras untuk mencari pendaptan yang halal.

d. Indikator Pendapatan

Pendapatan seseorang tentu tidak sama antara satu dengan orang lain. Hal ini dikarenakan sangat bergantung dari mana sumber

⁹⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahan (Jakarta: Qur'an Kemenag, 2018)

pendapatan tersebut. Adapun indikator pendapatan yaitu ada 4 sebagai berikut⁹¹:

1) Pekerjaan

Pekerjaan adalah aktivitas yang dilakukan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu, biasanya terkait dengan memperoleh penghasilan atau memberikan kontribusi pada masyarakat.

2) Penghasilan

Penghasilan adalah jumlah uang atau kompensasi yang diterima seseorang dalam periode tertentu sebagai hasil dari pekerjaan, investasi, bisnis, atau sumber lainnya.

3) Beban Pendidikan

Beban pendidikan adalah segala bentuk biaya atau pengeluaran yang harus ditanggung oleh individu, keluarga, atau pemerintah untuk membiayai proses pendidikan.

4) Beban biaya hidup

Beban biaya hidup adalah jumlah uang yang diperlukan untuk mempertahankan standar hidup tertentu, termasuk kebutuhan dasar seperti makanan, perumahan, transportasi.

⁹¹ Siallagan, *Teori Akuntansi Edisi Pertama*, 195

4. Minat Investasi

a. Pengertian Minat Investasi

Minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan psikologis individu untuk menunjukkan ketertarikan, motivasi, dan preferensi terhadap objek, aktivitas, atau topik tertentu. Ketertarikan yang didasarkan pada pengalaman awal yang menyenangkan dan kemudian menjadi sumber motivasi untuk belajar lebih dalam tentang subjek atau aktivitas tertentu.⁹² Minat adalah sebagai keadaan motivasi yang mencerminkan keterlibatan perilaku dan tindakan atas perhatian individu terhadap suatu aktivitas atau objek.⁹³

Minat investasi merupakan suatu aktivitas, berupa penundaan konsumsi di masa sekarang dalam jumlah tertentu dan selama periode waktu tertentu pada suatu asset yang efisien dengan tujuan memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang pada tingkat tertentu sesuai dengan yang diharapkan. Tentunya pengembalian yang diharapkan adalah pengembalian di masa yang lebih baik daripada mengkonsumsi di masa sekarang.⁹⁴ Minat investasi merupakan keinginan, kecenderungan, ketertarikan, atau dorongan yang kuat untuk melakukan kegiatan investasi. Minat investasi juga disertai dengan perasaan senang untuk menanamkan modal pada instrumen

⁹² Wulandari and Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen*, 9-12.

⁹³ Ana Pratiwi, F Muqmiroh. "pengaruh kinerja keuangan terhadap Keputusan investasi di indonesia". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)* 2, no.2, (2022). <https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1465>

⁹⁴ Destina Paningrum, *Buku Referensi Investasi Pasar Modal* (Kediri, Penerbit Lembaga Chakra Brahmanda Lentera, 2022), 2.

investasi dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Dalam konteks minat investasi, seseorang berminat berinvestasi dikarenakan tingkat pengembalian yang akan diperoleh sangat tinggi, meskipun terkadang tingkat kerugian yang didapatkan juga demikian.⁹⁵

Minat investasi juga merujuk pada keinginan dan kecenderungan seseorang untuk menanamkan uang atau modal dalam berbagai instrumen investasi dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan.⁹⁶ Selain itu ciri lain yang dapat dilihat dalam minat berinvestasi adalah berusaha meluangkan waktunya untuk mempelajari lebih jauh mengenai investasi atau mencoba berinvestasi pada jenis investasi yang diminati.⁹⁷

Minat investasi adalah minat seseorang dalam mengalokasikan atau menanamkan sumber daya saat ini dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Keinginan untuk berinvestasi muncul dari adanya dorongan seseorang untuk berinvestasi dan adanya motivasi berupa wawasan investasi.⁹⁸ Dengan keinginan untuk

⁹⁵ Sudarmadji, *Buku Ajar analisis Investasi* (Jakarta, Tanri Abeng University Press, 2022), 5.

⁹⁶ Siti Aminah, Nikmatul Masruroh, and Firmansyah Shidiq Wardhana. "The Institutional Innovation Through The Integrated Halal System In Management of Hajj Fund Investment in Indonesia". *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2024), 465–478. https://digilib.uinkhas.ac.id/40275/1/ALDI%20RAHMAN_214105010020.pdf.pdf

⁹⁷ Zahra Zulchayra, "Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap minat Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa di Banda Aceh)," (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2020), 23.

⁹⁸ Aprih Santoso, *Manajemen Investasi Dan Portofolio* (Purbalingga, Eureka Media Aksara, 2023), 1-2.

menciptakan keuntungan mulai sekarang dimaknai dalam firman Allah SWT surat Luqman, ayat 34:

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنَزِّلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ
مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: Sesungguhnya Allah memiliki pengetahuan tentang hari Kiamat, menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan dia kerjakan besok. (Begitu pula,) tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti (Q.S Luqman/31: 34)⁹⁹.

Dalam surat tersebut menerangkan bahwa masyarakat agar dapat memahami finansial dan mengatur generasi yang kuat, terutama kuat akan hal materi atau harta melalui kegiatan berinvestasi dan mengingatkan manusia bahwa tidak akan bisa memastikan hasil usahanya di masa depan, termasuk investasi ini menjadi dasar untuk pendekatan investasi yang realistis dan antisipatif. Meskipun hasil investasi tidak pasti, manusia tetap dianjurkan untuk merencanakan dan mempersiapkan diri dengan baik dan mendorong orang untuk berpikir ke depan dan mempersiapkan diri terhadap berbagai

⁹⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, Alquran dan Terjemahan (Jakarta: Qur'an Kemenag, 2018)

kemungkinan, baik keuntungan maupun kerugian ini mendorong sikap proaktif dalam investasi.¹⁰⁰

Dalam investasi, sumber daya diterjemahkan sebagai satuan uang atau nilai moneter. Maka investasi dapat dikategorikan berdasarkan manfaat yang ditimbulkannya, seperti investasi yang bermanfaat bagi masyarakat umum (*Public*), sekelompok orang, dan juga bagi pribadi atau rumah tangga. Sehingga minat investasi adalah keinginan, kecenderungan, ketertarikan, atau dorongan yang kuat untuk melakukan kegiatan investasi disertai dengan perasaan senang untuk menanamkan modal pada salah satu atau lebih aktiva yang dimiliki saat ini dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa mendatang.¹⁰¹

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat investasi adalah ketertarikan seseorang atau suatu kelompok untuk menanamkan modal dalam berbagai instrumen keuangan atau aset dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan. Minat ini bisa muncul karena berbagai faktor, seperti pemahaman ekonomi, pengalaman, akses informasi, atau motivasi untuk mencapai kestabilan finansial.

¹⁰⁰ MF Hidayatullah. "Manajemen investasi bank syariah syariah". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no.2 (2014), 5. <https://www.academia.edu/download/103593991/266976252.pdf>

¹⁰¹ Darmawan, Kurnia, and Rejeki, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal, 44-56.

b. Komponen-Komponen Minat Investasi

Minat dapat berasal dari dalam diri seseorang, seperti tujuan yang jelas dan adanya pertimbangan tentang manfaat yang diperoleh dari suatu hal yang dipelajari. Minat ini sering dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti pengetahuan tentang investasi, tujuan finansial, toleransi risiko, dan kondisi ekonomi.¹⁰² Minat memiliki komponen-komponen tertentu, di antaranya adalah¹⁰³:

- 1) Kognitif adalah komponen dari minat yang melibatkan proses penilaian dan pemahaman terhadap objek minat. Individu cenderung mencari informasi lebih lanjut, mempelajari, dan memahami aspek-aspek yang terkait dengan objek minat mereka
- 2) Emosional mencakup perasaan positif atau negatif yang terkait dengan objek atau aktivitas tertentu. Minat yang kuat seringkali disertai dengan perasaan senang, kegembiraan, atau kepuasan saat terlibat dalam hal yang diminati
- 3) Perilaku mencakup tindakan atau partisipasi nyata dalam aktivitas yang sesuai dengan minat individu ini dapat mencakup pembelian, partisipasi dalam kegiatan, atau pengalaman langsung dengan objek minat tersebut

¹⁰² Muhammad Rizal. *Perilaku Investor Agresif di Indonesia: Teori dan Bukti Empiris*. Syiah Kuala University Press, 2024, 134.

¹⁰³ Restia Melinda dan Syintia Efendi, "Pengambilan keputusan dalam berinvestasi di pasar modal," *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra* 3, no.1 (2022): 60-67, <https://doi.org/10.33059/jmas.v3i1.4858>.

c. Faktor-Faktor Minat Investasi

Minat dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya, termasuk ekspektasi keluarga, nilai-nilai budaya, dan norma-norma sosial, pengetahuan dan pendidikan, tujuan investasi, dan kondisi ekonomi maupun pasar. Faktor-faktor ini membentuk cara individu memandang dan terlibat dalam aktivitas tertentu.¹⁰⁴

Minat dalam berinvestasi mencakup beberapa faktor yakni pengetahuan dan edukasi, tujuan finansial, kondisi ekonomi dan pasar, toleransi risiko, dan ketersediaan platform informasi.¹⁰⁵ Berikut penjelasan faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi:

a) Pengetahuan dan Pendidikan Keuangan

Tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang investasi memainkan peran kunci dalam membentuk minat seseorang terhadap investasi. Individu yang memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang berbagai instrumen investasi cenderung lebih tertarik untuk melakukan investasi.

b) Tujuan Keuangan

Tujuan keuangan individu juga mempengaruhi minat mereka terhadap investasi. Individu yang memiliki tujuan jangka panjang seperti pensiun atau pendidikan anak cenderung lebih

¹⁰⁴ Arie Ambarwati, *Perilaku dan teori organisasi*. (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021), 98.

¹⁰⁵ Suryanto, "Financial Literacy and Investment Decisions: Evidence from Indonesia," *Journal of Finance and Investment Analysis* 11, No.1 (2022), 53-67, <http://dx.doi.org/10.4108/eai.14-12-2021.2318356>.

tertarik untuk melakukan investasi untuk mencapai tujuan tersebut.

c) Sikap terhadap Risiko

Tingkat toleransi risiko seseorang akan mempengaruhi minat mereka terhadap jenis investasi tertentu. Orang yang lebih berani mengambil risiko mungkin lebih tertarik pada investasi yang berpotensi memberikan pengembalian tinggi, meskipun dengan risiko yang lebih besar.

d) Pengalaman

Pengalaman masa lalu dengan investasi atau lingkungan keluarga yang mendukung investasi dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap investasi di masa depan.

e) Kondisi Ekonomi dan Pasar

Kondisi ekonomi umumnya mempengaruhi minat investasi. Saat pasar investasi mengalami kenaikan atau penurunan, minat individu untuk berinvestasi dalam instrumen tertentu juga dapat berubah.

f) Pengaruh dari Lingkungan Sosial

Pengaruh dari teman, keluarga, atau lingkungan sosial juga dapat mempengaruhi minat investasi seseorang. Kesadaran dan tren investasi dalam lingkungan sekitar dapat mempengaruhi keputusan investasi individu.

d. Indikator Minat Investasi

Beberapa indikator untuk mengukur minat investasi, sebagai berikut¹⁰⁶:

- 1) Minat transaksional, yaitu hasrat seseorang untuk melakukan transaksi penggunaan terhadap suatu produk
- 2) Minat referensial, yaitu kemauan suatu individu dalam merekomendasikan produk pada orang lain
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang mempunyai preferensi utama pada produk
- 4) Minat Eksploratif, yaitu perilaku konsumen untuk mencari informasi pendukung yang lebih dalam tentang produk tersebut dan berdasarkan kegunaannya



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹⁰⁶ Wulandari and Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen*, 53

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian ilmiah yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji teori, hipotesis, atau hubungan antar variabel. Metode ini dilakukan untuk menyelidiki populasi atau sampel yang telah ditentukan, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang telah ditetapkan. Analisis data dalam metode ini bersifat kuantitatif dan statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁰⁷

Jenis penelitian ini adalah jenis asosiatif kausal. Jenis penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁰⁸

B. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi merupakan elemen penting yang memerlukan perhatian serius saat seorang peneliti ingin menyimpulkan hasil yang dapat dipercaya dan relevan untuk area atau objek penelitiannya. Populasi juga merupakan keseluruhan dari semua nilai dari suatu karakteristik tertentu

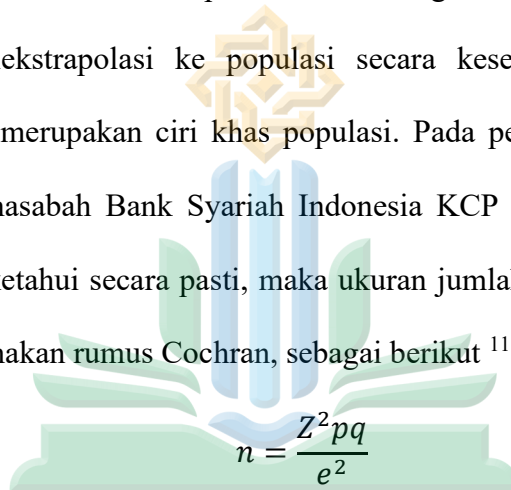
¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif*, 8.

¹⁰⁸ Untung Nugroho, *Metodologi penelitian kuantitatif pendidikan jasmani* (Penerbit CV. Sarnu Untung, 2018), 2-3.

pada sejumlah objek yang ingin dipelajari.¹⁰⁹ Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol sejak 2021 sampai 2025 dengan jumlah populasi yang tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih untuk diambil datanya dan digunakan sebagai perwakilan dari populasi keseluruhan dalam suatu penelitian.¹¹⁰ Dengan kata lain, temuan penelitian dapat diekstrapolasi ke populasi secara keseluruhan, ketika sampel tersebut merupakan ciri khas populasi. Pada penelitian ini dikarenakan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol tidak diketahui secara pasti, maka ukuran jumlah sampel diperhitungkan menggunakan rumus Cochran, sebagai berikut ¹¹¹:



$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n: jumlah sampel yang diperlukan

z: tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95% dengan nilai 1,96

p: peluang benar 50%=0,5

q: peluang salah 50%=0,5

¹⁰⁹ Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan, Edisi Pertama* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 145-147.

¹¹⁰ Sugiyono, 215.

¹¹¹ Rizka Zulfikar et al, “*Metode Penelitian Kuantitatif Teori, Metode dan Praktik,*” Mengutip dari *Statistiska Dasar Untuk Penelitian*, By Budiyo (Bandung: Widina Media utama, 2024), 88.

e: tingkat kesalahan sampel, $10\%=0,1$

Maka Perhitungan dalam menentukan jumlah sampel, sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96 orang dan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 orang. Maka, pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yaitu nasabah BSI KCP Lumajang Imam Bonjol sejak 2021 sampai 2025.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam konteks penelitian kuantitatif, data adalah informasi yang dikumpulkan secara sistematis dan terukur yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau hipotesis. Data kuantitatif biasanya berbentuk angka dan dapat dianalisis untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau tren dalam fenomena yang diteliti. Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (angket/kuesioner, wawancara/interview, pengamatan/observasi, ujian/tes, dokumentasi dan studi pustaka).¹¹²

¹¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif*, 215.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Teknik ini dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan strata atau tingkatan dalam populasi, asalkan populasi dianggap homogen.¹¹³

Data dalam penelitian kuantitatif adalah sekumpulan angka yang dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis dan menjawab tujuan penelitian. Data ini dikumpulkan melalui instrumen yang dirancang untuk menghasilkan informasi yang dapat diukur secara objektif.¹¹⁴ Pada penelitian ini, instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner disebarkan kepada nasabah bank BSI KCP Lumajang Imam Bonjol berbentuk google form yang berisi 16 pernyataan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang mengacu pada skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau kelompok tentang suatu fenomena. Susunan skala likert adalah sebagai berikut.¹¹⁵

¹¹³ Hardani, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 365.

¹¹⁴ Smith, J, “*Quantitative Research Methods in Social Sciences*,” 2020.

¹¹⁵ Yusuf, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*, Edisi Pertama, 165.

Tabel 3.1
Skor Berdasarkan *Skala Likert*

Pernyataan/pertanyaan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: dari (yusuf 2014)

Sebagai metode untuk mengukur pandangan responden saat membuat keputusan, skala ini cocok untuk digunakan. Untuk memastikan bahwa responden tidak hanya memberikan jawaban netral (nilai tengah) pada skala likert, maka skala likert ini menggunakan berbagai nilai.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan, pengelolaan dan penyimpanan dalam bentuk tertulis dan gambar untuk menghasilkan bukti dan keterangan terkait penelitian. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan memanfaatkan bahan-bahan tertulis seperti buku, arsip, dokumen, laporan, atau keterangan yang relevan dengan penelitian.

D. Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk mencakup beberapa tahapan penting. Analisa data digunakan untuk mendapatkan informasi yang berguna dan dapat digunakan untuk membuat keputusan atau menyelesaikan rumusan

masalah.¹¹⁶ Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS versi 23.

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian adalah proses pengujian alat ukur (instrumen) yang digunakan dalam penelitian untuk memastikan kevaliditasan dan reliabilitasnya.

a. Uji validitas

Keandalan kuesioner dapat ditentukan dengan melakukan uji validitas. Ketika pernyataan dalam kuesioner secara memadai mencirikan variabel yang akan dinilai, kita katakan bahwa kuesioner tersebut valid. Artinya, uji validitas merupakan upaya untuk menentukan seberapa baik pernyataan kuesioner benar-benar mengukur variabel target. Caranya dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk r tabel bisa diketahui dengan degree of freedom (df) = $n-k$, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian.

Adapun pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah:¹¹⁷

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

¹¹⁶ Imam Ghazali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, 10th edn” (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 61

¹¹⁷ Syofia Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif*” (Jakarta, KENCANA, 2017), 48.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas kuesioner dapat dianggap sebagai alat untuk menilai suatu konstruk atau variabel. Ketika respons responden tetap konstan sepanjang waktu, kita katakan bahwa kuesioner tersebut dapat diandalkan. Jadi, uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya untuk mengukur suatu objek penelitian yang akan diukur. Untuk menguji reliabilitas peneliti menggunakan metode Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dianggap menunjukkan reliabilitas yang memadai. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha maka, semakin tinggi pula reliabilitas suatu variabel.¹¹⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam menentukan apakah variabel residual atau variabel pengganggu dalam model regresi memiliki distribusi normal, uji kenormalan digunakan. Uji t dan F terkenal karena asumsinya tentang distribusi normal untuk nilai residual. Untuk sampel yang sangat kecil, uji statistik tidak akan berlaku kecuali premis ini terpenuhi. Analisis grafis dan pengujian statistik adalah dua cara untuk mengetahui apakah residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas

¹¹⁸ Siregar, 57.

NonProbability Plot dan uji *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan sebagai Langkah melakukan uji normalitas.¹¹⁹

b. Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk memeriksa bahwa variabel independen dalam model regresi berkorelasi. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang sesuai. Variabel independen tidak dianggap ortogonal ketika mereka menunjukkan korelasi. Jika nilai korelasi antara dua variabel independen adalah nol, maka kedua variabel tersebut adalah ortogonal. Pengujian resistensi dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dapat membantu mengidentifikasi multikolinieritas dalam model regresi.¹²⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi, uji heteroskedastisitas menentukan apakah varians residual bervariasi di seluruh pengamatan. Tidak adanya heteroskedastisitas mengacu pada varians residual yang berbeda di seluruh pengamatan, sedangkan homoskedastisitas menggambarkan situasi di mana varians residual konstan. Uji heteroskedastisitas penting untuk memastikan validitas model regresi. Jika terdeteksi adanya heteroskedastisitas, perlu dilakukan langkah-langkah koreksi agar hasil analisis regresi dapat diandalkan.

¹¹⁹ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, 10th edn, 196.

¹²⁰ Ghazali, 157.

Pemilihan metode deteksi dan koreksi yang tepat bergantung pada karakteristik data dan model yang digunakan.¹²¹

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh signifikan secara parsial dari literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan terhadap minat investasi. Uji ini dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Hasil uji t akan menunjukkan apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat. Berikut pengambilan keputusan uji t:

- 1) Apabila nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen
- 2) Apabila nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Artinya, variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen¹²²

b. Uji F (Simultan)

Uji F yaitu digunakan untuk menilai apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara

¹²¹ Ghozali, 178.

¹²² Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 305.

bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hal ini diperlukan sebagai pembuat keputusan apakah hipotesis nol (H_0) diterima atau ditolak dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel, dari penjelasan berikut dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel, dari penjelasan berikut dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.¹²³

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk memahami sejauh mana variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y). Jika terdapat lebih dari satu variabel bebas (X), maka ini disebut sebagai analisis regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 23. Persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat investasi

a = Konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien regresi

x_1 = Literasi keuangan syariah

¹²³ Siregar, 304.

x_2 = Promosi

x_3 = Pendapatan

e = kesalahanh pengganggu, artinya nilai-nilai variabel lain yang tidak dimasukan.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat diartikan sebagai perangkat pengukur sejauh mana kemampuan model dijelaskan ketika menggambarkan variabel variabel variabel dependen.¹²⁴ Penggunaan tes keputusan dimaksudkan untuk menilai kontribusi variabel independen bersama dengan variabel dependen. Ini membantu untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi yang terkandung dalam variabel dependen, dengan mempertimbangkan kontribusi simultan dari variabel independen. Koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1, yaitu ($0 < x < 1$). Ketika nilai R^2 rendah, ini menunjukkan kemampuan variabel independen saat menjelaskan variabel dependen terbatas.¹²⁵

¹²⁴ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran IBM SPSS 26*, 10th edn, 148.

¹²⁵ Ghazali, 148-149.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol



Gambar 4.1

BSI KCP Lumajang Imam Bonjol (2025)

Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol yang beralamat di Ruko Jembatan Merah, Jl. Imam Bonjol No.50A, Citrodiwangsan, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur 67311.¹²⁶ Sebelum menjadi Bank Syariah Indonesia, bank ini dulunya adalah BRI Syariah. BRI Syariah pada awalnya berasal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada

¹²⁶ Bank Syariah Indonesia, lokasi Bank syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol, <https://www.bankbsi.co.id/jaringan/267> , Accessed Oktober 6, 2025.

16 Oktober 2008, sehingga pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah secara resmi beroperasi. Awalnya, BRI Syariah beroperasi secara konvensional, namun kemudian diubah menjadi bank syariah yang berlandaskan prinsip Islam.¹²⁷

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumaidil Akhir 1442 Hijriah menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ke tiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.¹²⁸

Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

¹²⁷ Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol, Sejarah BSI KCP Lumajang Imam Bonjol., *Accessed* Oktober 6, 2025.

¹²⁸ Bank Syariah Indonesia. Informasi perusahaan, *Accessed* September 27, 2025, <https://www.bankbsi.co.id/companyinformation/tentang-kami>

2. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol Adalah “Menjadi top 10 Bank Syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun”

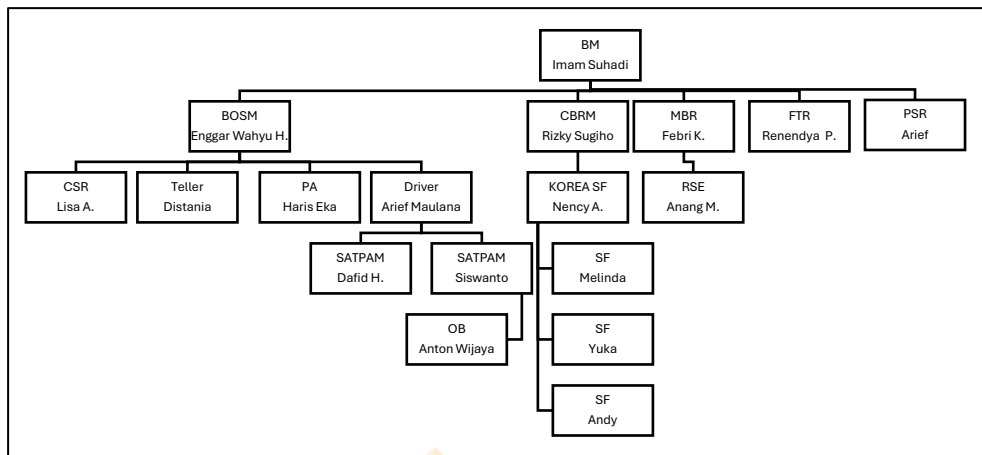
Sedangkan misi yang dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia dengan melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (+500T) dan nilai buku 50T di tahun 2025.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham dengan masuk top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia dengan perusahaan bernilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.¹²⁹

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol

Struktur organisasi merupakan suatu susunan yang berisi pembagian peran dan tugas setiap orang berdasarkan jabatan yang diembannya di perusahaan tersebut. Berikut ini merupakan struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol:

¹²⁹ Bank Syariah Indonesia. Informasi perusahaan, *Accessed* September 27, 2025, <https://www.bankbsi.co.id/companyinformation/tentang-kami>



Gambar 4.2
Struktur Organisasi BSI KCP Lumajang Imam Bonjol (2025)

Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol memiliki bagian-bagian struktur dan manajemen operasional yang terdiri dari:¹³⁰

a. Unit Tertinggi

1) BM (*Branch Manager*)

BM bertanggung jawab penuh atas seluruh kinerja, target, kepatuhan, dan operasional BSI KCP Lumajang Imam

Bonjol

b. Unit Operasional dan Layanan

1) BOSM (*Branch Operational dan Service Manager*)

BOSM bertanggung jawab atas seluruh operasional harian BSI KCP Lumajang Imam Bonjol dan kualitas layanan

¹³⁰ Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol, Struktur Organisasi BSI KCP Lumajang Imam Bonjol., Accessed Oktober 6, 2025,

2) CSR (*Customer Service Representative*)

CSR berinteraksi langsung dengan nasabah untuk layanan pembukaan rekening, penyelesaian masalah non-traksaksi, dan informasi produk

3) Teller

Teller menangani transaksi kas (setoran, penarikan, transfer) di loket

4) PA (Petugas Administrasi)

PA bertanggung jawab atas pekerjaan administrasi, pengarsipan, dan dukunga kantor

5) SATPAM (Satuan Pengamanan)

SATPAM menjaga keamanan dan ketertiban lingkungan BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

6) *Driver*

Driver bertugas dalam hal transportasi dan dukungan logistik

7) OB (*Office Boy*)

OB bertugas dalam hal kebersihan dan pemeliharaan fasilitas kantor

c. Unit Bisnis dan Pemasaran

1) CBRM (*Customer Business Relationship Manager*)

CBRM bertugas untuk mengelola hubungan dengan nasabah besar atau potensial, serta bertanggung jawab atas target bisnis secara keseluruhan

2) MBR (*Micro Business Relationship*)

MBR bertugas untuk penyaluran pembiayaan dan penghimpunan dana untuk segmen usaha mikro dan kecil

3) FTR (*Funding Relationship*)

FTR bertugas untuk penghimpunan dana (Tabungan, deposito, giro) dari nasabah dan memastikan likuiditas bank

4) PSR (*Personal Sales Representative*)

PSR bertugas dalam penjualan produk produk retail dan personal kepada nasabah (cicil emas, KPR, pembiayaan

multiguna

5) KOREA SF (*Korea Sales Force*)

KOREA SF bertugas untuk mengelola segmen pasar atau komunikasi

6) SF (*Sales Force*)

SF Adalah tenaga kerja penjualan yang bekerja dibawah CBRM/KOREA SF untuk mencapai target penjualan produk

7) RSE (*Retail Sales Executive*)

RSE bertugas untuk penjualan produk-produk retail dan layanan di segmen nasabah individu dan berkoordinasi erat dengan PSR

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan sebanyak 100 responden yang merupakan nasabah BSI KCP Lumajang Imam Bonjol. Karakteristik responden dibagikan mengikuti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan dan sudah memiliki cicil emas, sebagai berikut:

a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Persentase	Jumlah
Laki-Laki	47%	47
Perempuan	53%	53

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden didominasi oleh responden perempuan yaitu sebesar 53% atau 53 responden sedangkan laki-laki sebesar 47% atau 47 responden.

b. Karakteristik Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Persentase	Jumlah
21-35	75%	75
36-45	17%	17
46-60	8%	8

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia 21-35 tahun mendominasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 75% atau 75 responden, sedangkan responden dengan usia 36-45 tahun yaitu sebanyak 17% atau 17 responden, kemudian responden yang berusia 46-60 tahun yaitu sebanyak 8% atau 8 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden dengan tahap usia dewasa awal yang sedang masa penyesuaian diri, membangun karir, pendidikan, menikah, dan membangun keluarga.

c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Persentase	Jumlah
Wiraswasta	61%	61
Ibu Rumah Tangga	27%	27
Buruh / karyawan / PNS	12%	12

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas tersebut menunjukkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh responden sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 61% atau 61 responden, sedangkan yang

berprofesi sebagai ibu rumah tangga sebanyak 27% atau 27 responden, sedangkan yang berprofesi buruh, karyawan dan PNS sebanyak 12% atau 12 responden.

d. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan pendapatan, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Persentase	Jumlah
< Rp 5.000.000	84%	84
Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	16%	16
>Rp 10.000.000	0%	0

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas tersebut menunjukkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh responden dengan pendapatan < Rp 5.000.000 yaitu sebanyak 84% atau 84 responden, responden dengan pendapatan Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 sebanyak 16% atau 16 responden. Responden dengan pendapatan >Rp 10.000.000 sebanyak 0% atau 0 responden.

e. Karakteristik Berdasarkan Sudah Memiliki Cicil Emas

Berdasarkan sudah memiliki cicil emas, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Sudah Memiliki Cicil Emas

Keterangan	Persentase	Jumlah
Belum	49%	49
Sudah	51%	51

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang belum memiliki cicil emas yaitu sebesar 49% atau 49 responden sedangkan yang sudah memiliki sebesar 51% atau 51 responden.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menilai kebenaran atau kesesuaian suatu instrumen penelitian. Seperti alat yang dipakai untuk memperoleh informasi dari orang-orang yang menjawab atau sampel. Di sini, tujuannya adalah untuk menilai seberapa sah kusioner yang diberikan kepada para responden. Adapun pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah:¹³¹

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel 100 reponden sehingga nilai $r \text{ tabel}$ yang di gunakan adalah 0,196. Digunakan rumus korelasi pearson product dengan menggunakan program SPSS versi 23. Berikut hasil uji validitas:

¹³¹ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 48.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1)

Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,882	0,196	Valid
	X1.2	0,860	0,196	Valid
	X1.3	0,765	0,196	Valid
	X1.4	0,801	0,196	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Variabel X1 pada pernyataan pertama diketahui $0,882 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,860 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,765 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Pada pernyataan keempat diketahui $0,801 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel X1 yaitu Literasi Keuangan Syariah dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)

Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Promosi (X2)	X2.1	0,784	0,196	Valid
	X2.2	0,803	0,196	Valid
	X2.3	0,849	0,196	Valid
	X2.4	0,828	0,196	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Variabel X2 pernyataan pertama diketahui $0,784 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,803 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,849 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Pada pernyataan keempat

diketahui $0,828 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel X2 yaitu Promosi dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (X3)

Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Pendapatan (X3)	X3.1	0,869	0,196	Valid
	X3.2	0,895	0,196	Valid
	X3.3	0,904	0,196	Valid
	X3.4	0,897	0,196	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Variabel X3 pernyataan pertama diketahui $0,869 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,895 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,904 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan keempat diketahui $0,897 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel X3 yaitu Pendapatan dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Investasi (Y)

Variabel	Item	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Minat investasi (Y)	Y.1	0,826	0,196	Valid
	Y.2	0,760	0,196	Valid
	Y.3	0,792	0,196	Valid
	Y.4	0,763	0,196	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Variabel Y pernyataan pertama diketahui $0,826 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,760 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

tabel. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,792 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Pada pernyataan keempat diketahui $0,763 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r\text{hitung} > r\text{-tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel Y yaitu Minat Investasi dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya. Setelah uji validitas maka dilanjutkan dengan uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 23. Sebuah variabel dianggap dapat diandalkan jika tanggapan dari orang yang menjawab terhadap kalimat yang diberikan tetap sama atau tidak berubah seiring berjalannya waktu. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Adapun pengambilan keputusan untuk menguji reliabilitas sebagai berikut:¹³²

- 1) Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dianggap menunjukkan reliabilitas
- 2) Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka tidak dianggap menunjukkan reliabilitas

Berikut hasil dari uji reliabilitas:

¹³² Siregar, 57.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah	0,845	0,60	Reliabel
Promosi	0,831	0,60	Reliabel
Pendapatan	0,912	0,60	Reliabel
Minat Investasi	0,793	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Variabel literasi keuangan syariah (X1) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar $0,845 > 0,60$ yang artinya variabel literasi keuangan syariah (X1) reliabel, variabel promosi (X2) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar $0,831 > 0,60$ yang artinya variabel promosi (X2) reliabel, variabel pendapatan (X3) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar $0,912 > 0,60$ yang artinya variabel pendapatan (X3) reliabel dan variabel minat investasi (Y) memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar $0,793 > 0,60$, dapat disimpulkan bahwa variabel minat investasi (Y) reliabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya semua variabel dalam penelitian ini reliabel semua.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam pengujian normalitas, peneliti menggunakan uji *NonProbability Plot* dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Untuk uji *NonProbability Plot*, pengambilan kesimpulan sebagai berikut:¹³³

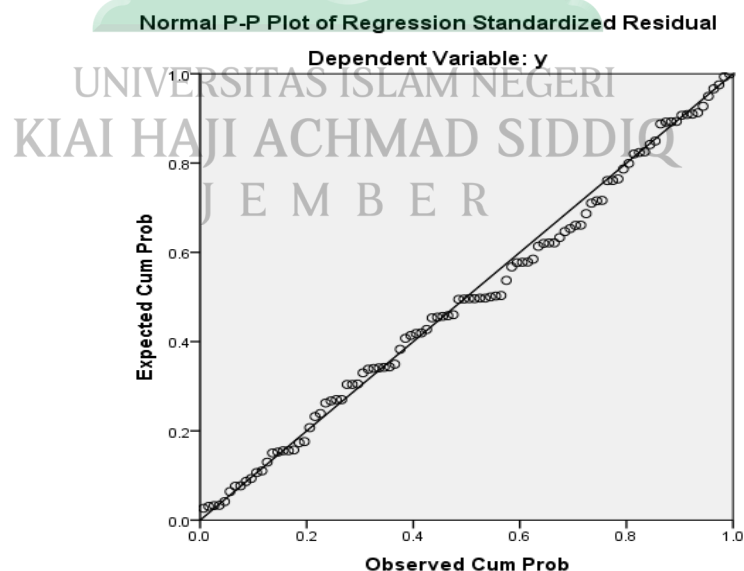
¹³³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran IBM SPSS 26*, 10th edn, 196.

- 1) Apabila titik-titik mengikuti garis diagonal atau garis miring, maka data dikatakan berdistribusi normal
- 2) Apabila titik-titik tidak mengikuti garis diagonal atau garis miring, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal

Sementara untuk uji *Kolmogorov-Smirnov*, peneliti melihat nilai signifikansi untuk menentukan apakah data berdistribusi normal sebagai berikut:¹³⁴

- 1) Jika nilai signifikansi dari uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, maka data dapat dikatakan berdistribusi secara normal
- 2) Jika nilai signifikansi dari uji Kolmogorov-Smirnov $< 0,05$, maka data tidak dapat dikatakan berdistribusi secara normal

Berikut merupakan hasil pengujian normalitas menggunakan SPSS:



Sumber: Output SPSS 23 (2025)

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas *NonProbability Plot*

¹³⁴ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 159.

Dari gambar tersebut, menunjukkan titik-titik menyebar yang mengikuti garis diagonal, yang mana model regresi ini dapat dikatakan berdistribusi secara normal.

Meskipun demikian, penting untuk mempertimbangkan uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov sebagai langkah lanjutan, karena tidak cukup hanya mengandalkan hasil grafik saja. Oleh karena itu, untuk meminimalisir kesalahan dalam analisis, peneliti juga menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.60068947
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.067
	<i>Positive</i>	.067
	<i>Negative</i>	-.031
<i>Test Statistic</i>		.067
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Dengan demikian, hasil dari pengujian normalitas Kolmogorov-Smirnov yaitu $0,200 > 0,05$, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menentukan apakah variabel dalam penelitian ini memiliki korelasi dengan variabel

independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak menunjukkan korelasi dengan variabel independennya. Dalam pengujian multikolinieritas, digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan mempertimbangkan nilai tolerance. Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:¹³⁵

- 1) Jika nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,10$ maka variabel tidak memiliki korelasi dan multikolinieritas dianggap tidak terjadi
- 2) Jika nilai $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,10$ maka variabel memiliki korelasi dan multikolinieritas dianggap terjadi

Berikut hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Literasi Keuangan Syariah	0,419	2,386
Promosi	0,330	3,030
Pendapatan	0,378	2,648

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Dari data tabel uji multikolinieritas di atas, kita dapat melihat nilai VIF dan tolerance dari setiap variabel independen. Variabel literasi keuangan syariah (X1) memiliki nilai *tolerance* 0,419 dan nilai VIF 2,386, variabel promosi (X2) memiliki nilai *tolerance* 0,330 dan nilai VIF 3,030 dan variabel pendapatan (X3) memiliki nilai *tolerance* 0,378 dan nilai VIF 2,648. Maka dapat disimpulkan semua variabel

¹³⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran IBM SPSS 26*, 10th edn, 157.

tersebut memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Maka dari itu, uji data dari penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dirancang untuk mengetahui ketidaksamaan varian dalam model regresi. Pada pengujian ini, peneliti melakukan metode uji glejser untuk menguji heteroskedastisitas. Pada uji metode glejser pengambilan keputusan sebagai berikut:¹³⁶

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, bisa dikatakan bahwasannya tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, bisa dikatakan bahwasannya terjadi heteroskedastisitas

Berikut hasil Uji Glejser:

Tabel 4.13
Hasil Uji Glejser

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.319	.530		4.375	.000
X1	-.048	.049	-.143	-.994	.323
X2	.017	.054	.054	.324	.747
X3	-.048	.040	-.184	-1.196	.235

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Pada tabel tersebut, dapat dikatakan jika nilai signifikansi dari variabel literasi keuangan syariah (X1) yaitu 0,323, promosi (X2) sebesar 0,747 dan pendapatan (X3) memiliki nilai signifikan sebesar

¹³⁶ Ghozali, 178.

0,235 maka dari itu nilai dari ketiga variabel bebas tersebut memiliki nilai $\text{sig} > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:¹³⁷

- 1) Jika nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen
- 2) Jika nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel 100 responden sehingga nilai $t \text{ tabel}$ yang diperoleh adalah 1,983. Hasil uji t (parsial) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji T (Parsial)

Model	t	sig
Constant	3,064	0,003
Literasi Keuangan Syariah	2,396	0,010
Promosi	6,693	0,000
Pendapatan	2,065	0,028

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

¹³⁷ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 305.

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dikatakan bahwa hasil uji t (parsial) sebagai berikut:

- 1) Nilai t-hitung literasi keuangan syariah $>$ t-tabel ($2,396 > 1,983$) dan nilai signifikan ($0,010 < 0,05$), artinya H1 diterima dan Ho ditolak. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini variabel literasi keuangan syariah (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol
- 2) Nilai t-hitung promosi $>$ t-tabel ($6,693 > 1,983$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), artinya H2 diterima dan Ho ditolak. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini variabel promosi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol
- 3) Nilai t-hitung pendapatan $>$ t-tabel ($2,065 > 1,983$) dan nilai signifikan ($0,028 < 0,05$), artinya H3 diterima dan Ho ditolak. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini variabel pendapatan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

b. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan uji untuk menunjukkan apakah variabel-variabel independen (X) berpengaruh bersama-sama terhadap variabel

dependent (Y). apabila nilai F hitung $>$ nilai F tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel independen berkontribusi secara simultan terhadap variabel dependent. Selain itu, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel-variabel tersebut dinyatakan signifikan dan memberikan pengaruh.¹³⁸ Pada penelitian ini, peneliti melibatkan 100 responden dengan nilai F tabel yang diperoleh sebesar 2,70. Dibawah ini merupakan hasil uji F (simultan), sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji F (Simultan)

Model	F	sig
Regression	64,103	0,000

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel hasil penghitungan F hitung $>$ F tabel, yaitu sebesar $64,103 > 2,70$. Dan nilai signifikasinya yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ Artinya, H4 diterima dan Ho ditolak. Dalam kesimpulan diatas variabel literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode yang dipakai untuk menilai dan mengkaji dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara keseluruhan maupun secara terpisah. Regresi linear berganda adalah jenis regresi yang melibatkan lebih dari

¹³⁸ Siregar, 304.

satu variabel independen, dan dilakukan untuk memahami seberapa besar dampak variabel independen pada variabel dependen. Berikut adalah pengujian analisis regresi linear berganda:

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.938	.959		3.064	.003
	Literasi Keuangan Syariah	.181	.096	.172	2.396	.010
	Promosi	.661	.099	.686	6.693	.000
	Pendapatan	.251	.076	.236	2.065	.028

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Dari hasil tabel diatas bisa disimpulkan bahwa model regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 2,938 + 0,181 + 0,661 + 0,251 + e$$

- Konstansta (α) sebesar 2,938 menyatakan bahwa apabila variabel indepeden yaitu literasi keuangan syariah (X_1), promosi(X_2), dan pendapatan (X_3)= Nol (0) atau konstan maka besarnya variabel dependen yaitu minat investasi sebesar 2,938. Hal ini berarti meskipun semua variabel independent diabaikan atau bernilai nol, variabel dependen yaitu minat investasi masih tetap ada dengan nilai 2,938
- Nilai koefisien literasi keuangan syariah (X_1) adalah 0,181, berarti setiap terjadi kenaikan 1 maka minat investasi meningkat sebesar 0,181 (18,1%) dan jika literasi keuangan syariah (X_1) mengalami penurunan sebanyak 1 bisa dikatakan minat investasi menurun

sebanyak 0,181 (18,1%). Karena nilainya positif, sehingga semakin baik literasi keuangan syariah nasabah maka semakin tinggi minatnya untuk berinvestasi

- c. Nilai koefisien promosi (X2) adalah 0,661, berarti setiap terjadi kenaikan 1 maka minat investasi meningkat sebesar 0,661 (66,1%) dan jika promosi (X2) mengalami penurunan sebanyak 1 bisa dikatakan minat investasi menurun sebanyak 0,661 (66,1%). Karena nilainya positif, sehingga semakin baik promosi yang dilakukan kepada nasabah maka semakin tinggi minatnya untuk berinvestasi
- d. Nilai koefisien pendapatan (X3) adalah 0,251, berarti setiap terjadi kenaikan 1 maka minat investasi meningkat sebesar 0,251 (25,1%) dan jika pendapatan (X2) mengalami penurunan sebanyak 1 bisa dikatakan minat investasi menurun sebanyak 0,251 (25,1%). Karena nilainya positif, sehingga semakin tinggi pendapatan nasabah maka semakin tinggi minatnya untuk berinvestasi

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, baik secara simultan maupun secara parsial. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2):

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.667	.657	1.62551

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dari tabel diatas, nilai R Square sebesar 0,667 atau 66,7%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel terikat mampu dijelaskan oleh variabel tidak terikat sebesar 66,7%, sementara sisanya yaitu sebesar 33,3% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya variabel tidak terikat yaitu literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan ini mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu minat investasi sebesar 66,7%, dan sisanya itu dijelaskan oleh faktor atau variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini yaitu sebesar 33,3%.

D. Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 23 sebagai alat bantu untuk menganalisis data. Hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikan masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

Peneliti dapat menyimpulkan berdasarkan temuan penelitian dengan melihat tingkat signifikasinya ($0,010 < 0,05$) dan nilai t hitung literasi keuangan syariah $>$ t-tabel ($2,396 > 1,983$), serta nilai koefisien regresi (0,181). Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan syariah (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap minat investasi cicil emas (Y) dan H1 diterima atau terbukti dan jika variabel literasi keuangan syariah mengalami kenaikan sebanyak 1 maka bisa dikatakan minat investasi juga mengalami kenaikan sebesar 0,181 (18,1%). Dengan demikian literasi keuangan syariah menjadi salah satu elemen yang memengaruhi minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

Literasi keuangan syariah ini merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dengan literasi keuangan syariah yang baik, nasabah lebih yakin dalam menggunakan produk cicil karena nasabah menyadari manfaat bahwa investasi emas secara jangka Panjang akan memberikan keberkahan dan keuntungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat investasi cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol. Temuan ini sejalan dengan teori mengenai literasi keuangan syariah yang menegaskan bahwa pengetahuan tentang produk keuangan syariah serta kemampuan nasabah dalam memahami prinsip-prinsip dasar seperti larangan riba, gharar, dan maysir, turut membentuk sikap dan kepercayaan individu dalam mengambil keputusan investasi.¹³⁹

Dengan tingkat literasi yang baik, seseorang cenderung memiliki keyakinan lebih kuat untuk memilih instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip halal. Oleh karena itu, keputusan individu dalam

¹³⁹ Hidayah, *Literasi Keuangan Syariah*, 33.

berinvestasi tidak lepas dari kapasitas pengetahuan dan pemahaman informasi keuangan syariah yang dimilikinya. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas, menegaskan bahwa pemahaman yang mendalam terhadap prinsip syariah menjadi landasan utama dalam menentukan pilihan investasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selain itu, hasil penelitian ini sama dengan temuan para peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Jurnal yang ditulis Vitaloka Ervinayanti Ruswanda, Lilis Fauziah Balgis, dan Maya Apriyana menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.¹⁴⁰ Hal serupa juga ditemukan oleh Muhammad Iqbal yang menyatakan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar pula minatnya untuk berinvestasi pada produk keuangan syariah.¹⁴¹ Temuan-temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa literasi keuangan syariah memiliki hubungan yang erat dengan minat investasi, memiliki literasi keuangan yang baik dapat membawa keuntungan, seperti mengelola keuangan (harta) dengan baik, kemampuan untuk memilih dan menggunakan produk serta layanan keuangan dengan bijak, meningkatkan keterampilan perencanaan

¹⁴⁰ Ruswanda, Balgis, Apriyana, "Pengaruh literasi keuangan syariah dan digital marketing terhadap minat generasi Z investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia," 1

¹⁴¹ Iqbal, *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Investasi Crypto Pada Generasi Z Di Kota Banda Aceh*, 98.

keuangan dan menghindari terlibat dalam aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang berpotensi merugikan.

Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat investasi cicil emas. Hal ini berarti literasi keuangan syariah tidak hanya membentuk pengetahuan, tetapi juga membangun keyakinan dan kepercayaan nasabah dan pada akhirnya, hal tersebut mendorong meningkatnya minat untuk berinvestasi cicil emas. Semakin tinggi tingkat pemahaman nasabah tentang literasi keuangan syariah maka semakin tinggi minat investasi cicil emas. Oleh karena itu penting untuk memberikan pemahaman tentang literasi keuangan syariah kepada nasabah agar mereka memiliki pemahaman tentang pentingnya investasi cicil emas.

2. Pengaruh promosi terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

Peneliti dapat menyimpulkan berdasarkan dengan temuan penelitian dengan melihat tingkat signifikasinya ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung literasi keuangan syariah $>$ t-tabel ($6,693 > 1,983$), serta nilai koefisien regresi ($0,661$). Bahwa pada penelitian ini, variabel promosi (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas (Y) dan H_2 diterima atau terbukti dan jika variabel promosi mengalami kenaikan sebanyak 1 maka bisa dikatakan minat investasi juga mengalami kenaikan sebesar $0,661$ ($66,1\%$). Dengan

demikian promosi menjadi salah satu elemen yang memengaruhi minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

Promosi merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan bank untuk menginformasikan, membujuk, dan memengaruhi calon nasabah agar minat untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Melalui promosi yang dilakukan bank, nasabah menjadi lebih sadar, lebih percaya, dan merasa minat dengan penawaran, hingga akhirnya terdorong untuk berinvestasi cicil emas. Promosi bukan hanya sekadar media komunikasi, tetapi juga strategi yang mampu meningkatkan kesadaran, membangun kepercayaan, serta mendorong masyarakat untuk lebih berminat berinvestasi pada produk cicil emas.

Promosi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol. Hal ini sesuai dengan teori promosi dalam manajemen pemasaran, yang menekankan bahwa komunikasi pemasaran yang efektif melalui iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, maupun pemasaran langsung tidak hanya meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, tetapi juga membangun kepercayaan dan memicu minat untuk membeli atau berinvestasi.¹⁴² Promosi berperan ganda, selain menginformasikan tentang produk, promosi juga meyakinkan nasabah mengenai manfaat finansial dan keamanan investasi, sehingga mendorong mereka untuk mengambil keputusan investasi secara lebih percaya diri. Hal ini menjelaskan

¹⁴² Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 47.

mengapa promosi berpengaruh terhadap minat investasi cicil emas, karena promosi tidak hanya menginformasikan produk tetapi juga meyakinkan nasabah mengenai manfaat dan pentingnya berinvestasi cicil emas.

Promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi, sebuah temuan yang sama dengan berbagai penelitian terdahulu. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Alvien Septian Haerismaa, Makmuri Ahdi, dan Laelatul Adha menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, karena melalui promosi, informasi mengenai produk dan manfaatnya dapat tersampaikan dengan jelas dan meyakinkan.¹⁴³ Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian Nadiyah Khalishah Fithri, yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi dan juga menegaskan bahwa promosi tidak hanya meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, tetapi juga membangun kepercayaan dan memotivasi individu untuk melakukan investasi.¹⁴⁴

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti bahwa promosi merupakan faktor penting dalam membentuk minat investasi, sekaligus menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang efektif dapat menjadi kunci dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan investasi. Semakin baik sarana promosi yang dilakukan maka dapat menimbulkan minat investasi cicil emas pada nasabah,

¹⁴³ Haerismaa, Ahdi, Adha, "Pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada pegadaian syariah pasar baru indramayu," 5

¹⁴⁴ Fithri, *Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, Dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kcp Pemalang Comal*, 80.

Promosi yang konsisten menciptakan reputasi positif bagi bank syariah dan reputasi inilah yang memperkuat minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas.

Promosi berpengaruh terhadap minat investasi cicil emas. Hal ini berarti promosi dapat membuat nasabah lebih mengenal cara kerja, akad yang digunakan, serta manfaat emas sebagai instrumen investasi. Informasi yang jelas melalui promosi membuat nasabah yakin bahwa cicil emas sesuai syariah dan bukan praktik riba, hal ini meningkatkan keyakinan dan minat untuk berinvestasi cicil emas. Semakin tinggi tingkat promosi yang dilakukan maka semakin tinggi juga minat investasi cicil emas. Oleh karena itu penting untuk melakukan promosi kepada nasabah agar mereka lebih mengenal cara kerja dan manfaat tentang investasi cicil emas.

3. Pengaruh pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

Peneliti dapat menyimpulkan berdasarkan dengan temuan penelitian dengan melihat tingkat signifikasinya ($0,028 < 0,05$) dan nilai t hitung pendapatan $>$ t-tabel ($2,065 > 1,983$), serta nilai koefisien regresi ($0,251$). Bahwa pada penelitian ini, variabel pendapatan (X_3) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi cicil emas (Y) dan H_3 diterima atau terbukti dan jika variabel literasi keuangan syariah mengalami kenaikan sebanyak 1 maka bisa dikatakan minat investasi juga mengalami kenaikan sebesar $0,251$ ($25,1\%$). Dengan

demikian pendapatan menjadi salah satu elemen yang memengaruhi minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

Pendapatan merupakan jumlah dari penghasilan yang diterima seseorang dalam periode tertentu, baik dari gaji, usaha, maupun sumber lain yang sah. Pendapatan biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi. Cicil emas memerlukan pembayaran secara rutin nasabah dengan pendapatan yang lebih tinggi memiliki daya beli dan kemampuan untuk menyisihkan dana khusus untuk investasi tanpa mengganggu kebutuhan pokoknya. Pendapatan berperan penting dalam memengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi, termasuk pada investasi cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol. Menurut teori pendapatan individu dalam ekonomi, semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar kemampuan finansial yang tersedia untuk dialokasikan ke berbagai instrumen investasi. Kondisi ini memungkinkan individu untuk menyisihkan dana lebih banyak, sehingga minat berinvestasi meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan.¹⁴⁵

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan tidak hanya menentukan kemampuan ekonomi, tetapi juga memengaruhi kecenderungan dan keputusan seseorang dalam melakukan investasi. Dengan kata lain, pendapatan menjadi salah satu faktor fundamental yang membentuk motivasi dan kesiapan individu dalam berpartisipasi pada kegiatan investasi. Individu dengan pendapatan lebih tinggi cenderung

¹⁴⁵ Antonio, *Ekonomi Islam: Suatu kajian kontemporer*, 45.

memiliki sisa dana yang dapat dialokasikan untuk investasi, termasuk cicil emas, sehingga minat investasi meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan.

Minat nasabah untuk berinvestasi tidak lepas dari kemampuan finansial yang dimilikinya, di mana pendapatan menjadi salah satu faktor yang menentukan sejauh mana nasabah dapat menempatkan dana pada instrumen investasi cicil emas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol. Temuan ini sama dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Linda Septian Arianti, Maslichah, dan Abdullah Syakur Novianto menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar kecenderungan untuk menempatkan dana pada instrumen investasi.¹⁴⁶

Temuan serupa juga diperoleh dari penelitian Yogie Zainul Restu Mahendra, yang menunjukkan bahwa pendapatan memengaruhi minat investasi nasabah, sehingga individu dengan kapasitas finansial lebih tinggi cenderung lebih aktif dalam berinvestasi.¹⁴⁷ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan merupakan salah satu faktor penting dalam minat investasi, yang menegaskan bahwa kemampuan pendapatan individu tidak hanya memengaruhi kapasitas finansial, tetapi juga

¹⁴⁶ Arianti, Maslichah, Novianto, "Pengaruh Pendapatan, Pendidikan dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Digital (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang)," 5

¹⁴⁷ Yogie Zainul Restu Mahendra, "Pengaruh Pendapatan Dan Promosi Terhadap minat Nasabah Berinvestasi Emas Di Pegadaian Syariah Semarang," (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2016), 93.

membentuk motivasi dan kesiapan mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan investasi. Semakin tinggi pendapatan maka akan semakin tinggi pula minat berinvestasi, sedangkan jika pendapatan rendah menyebabkan minat berinvestasi akan menurun.

Pendapatan berpengaruh terhadap minat investasi cicil emas. Dengan kata lain, semakin tinggi pendapatan yang dimiliki nasabah, semakin besar peluang mereka untuk memiliki dana tambahan yang dapat dialokasikan ke dalam investasi cicil emas. Dana tersebut tidak hanya digunakan sebagai sarana perlindungan nilai aset terhadap inflasi atau risiko keuangan lainnya, tetapi juga berperan dalam perencanaan keuangan jangka panjang, seperti menyiapkan dana pensiun, pendidikan, atau tujuan finansial strategis lainnya.

4. Pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

Dari hasil yang sudah didapatkan, apabila skor literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan ialah 0, maka nilai minat investasi adalah 2,938 dengan tidak dipengaruhi variabel bebas. Apabila melihat nilai variabel independennya variabel literasi keuangan syariah bernilai positif, maka nilai minat investasi bertambah sebesar 18,1%, variabel promosi bernilai positif, maka nilai minat investasi bertambah sebesar 66,1%, dan variabel pendapatan bernilai positif, maka nilai minat investasi bertambah sebesar 25,1%. Berdasarkan hasil penghitungan uji simultan nilai F hitung

$> F$ tabel, yaitu sebesar $64,103 > 2,70$. Artinya, H_4 diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini variabel independen (literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu (minat investasi) cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan berpengaruh terhadap minat investasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fathya Aulia Zahra, yang menegaskan bahwa literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi.¹⁴⁸ Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Atika Sari juga memperkuat hal tersebut, dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan nasabah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.¹⁴⁹ Literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan merupakan faktor-faktor yang saling berkaitan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah, khususnya pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol.

Dengan memahami keterkaitan antara ketiga faktor ini, akan bisa membuat strategi dan keputusan yang lebih efektif dalam meningkatkan minat investasi cicil emas. Jika salah satu variabel meningkat, minat investasi juga bisa meningkat dan juga sebaliknya jika salah satu variabel

¹⁴⁸ Zahra, *Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta*, 105.

¹⁴⁹ Sari, *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi Dan Pendapatan Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh*, 66.

melemah, minat investasi juga bisa menurun. Hal ini dikarenakan ketiga faktor ini saling berkaitan bersama-sama. Misalnya, literasi tinggi tanpa promosi mungkin membuat masyarakat tidak mengetahui adanya produk cicil emas. Atau promosi gencar tanpa didukung pendapatan yang cukup tidak akan efektif mendorong minat investasi nasabah.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh paling lemah terhadap minat investasi dibandingkan dengan promosi dan pendapatan. Hal ini disebabkan oleh pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah, seperti mudharabah, musyarakah, dan ijarah, masih terbatas, sehingga pengaruh literasi terhadap keputusan investasi bersifat tidak langsung dan relatif lemah.

Promosi yang memiliki pengaruh yang paling dominan dikarenakan cenderung memberikan dampak lebih nyata dan mudah dipahami, misalnya seperti cicilan ringan, bonus, transparan atau informasi yang menarik, sehingga lebih efektif dalam mendorong minat investasi dibandingkan literasi keuangan yang kompleks. Selain itu, pendapatan berperan sebagai faktor kemampuan finansial yang konkret, seseorang dapat memiliki literasi yang baik tetapi jika pendapatannya terbatas, sehingga kemampuan untuk berinvestasi tetap rendah.

Kompleksitas literasi keuangan syariah, yang menggabungkan pengetahuan keuangan umum dan prinsip syariah, juga membuat pengaruhnya lebih lambat dan kurang dominan dibandingkan faktor yang

lebih langsung seperti promosi dan pendapatan. Di samping itu, keputusan investasi sering dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, rekomendasi teman atau keluarga, dan informasi media, sehingga literasi keuangan syariah berperan lebih sebagai faktor pendukung daripada faktor utama dalam mendorong minat investasi. Dengan demikian, meskipun literasi keuangan syariah memiliki peran penting, dalam konteks penelitian ini pengaruhnya relatif paling lemah dibandingkan variabel promosi dan pendapatan.

Maka dapat ditarik Kesimpulan bahwa literasi keuangan syariah, promosi, dan pendapatan individu secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat investasi cicil emas. Literasi keuangan syariah berperan sebagai dasar pengetahuan dan keyakinan masyarakat bahwa investasi emas sesuai dengan prinsip syariah. Promosi berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang mendorong kesadaran serta memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap produk cicil emas. Sementara itu, pendapatan individu menentukan kapasitas finansial sehingga masyarakat memiliki kemampuan nyata untuk merealisasikan minat investasi tersebut. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dan bersama-sama meningkatkan peluang nasabah untuk berinvestasi emas melalui skema cicilan. Semakin tinggi literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan maka semakin tinggi pula minat investasi, dan juga sebaliknya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan mempunyai pengaruh terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol. Berikut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti:

1. Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mendapatkan hasil t hitung 2,396 lebih besar dari t tabel 1,983 dan nilai signifikansi 0,010 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara literasi keuangan syariah terhadap minat investasi cicil emas, hal ini menunjukkan semakin tinggi variabel literasi keuangan syariah maka minat berinvestasi cicil emas semakin meningkat
2. Pengaruh promosi terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mendapatkan hasil t hitung 6,693 lebih besar dari t tabel 1,983 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap minat investasi cicil emas, hal ini menunjukkan semakin tinggi variabel promosi maka minat berinvestasi cicil emas semakin meningkat
3. Pengaruh pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mendapatkan hasil t hitung 2,065 lebih

besar dari t tabel 1,983 dan nilai signifikansi 0,028 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pendapatan terhadap minat investasi cicil emas, hal ini menunjukkan semakin tinggi variabel pendapatan maka minat berinvestasi cicil emas semakin meningkat

4. Pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol mendapatkan hasil F hitung 64,103 lebih besar dari F tabel 2,70 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan secara simultan terhadap minat investasi cicil emas, hal ini menunjukkan semakin tinggi variabel literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan maka minat berinvestasi cicil emas semakin meningkat

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan peneliti ingin menyampaikan saran-saran, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol untuk menambah variabel lainnya yang relevan
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti variabel yang sama untuk memperdalam lagi variabel literasi keuangan syariah dikarenakan

temuan pada penelitian ini pengaruhnya sangat lemah terhadap minat investasi, dibandingkan dengan variabel promosi dan pendapatan

3. Bagi pelaku perbankan syariah supaya mempertimbangkan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah, promosi dan pendapatan guna untuk menarik minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, Nurul, Ridhwan, Ary Dean Amri, dan Riki Saputra, "Pengaruh fluktuasi harga emas, promosi serta kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1" *Bertuah: Journal of Shariah and Islamic Economics* 5, no.2 (2024): 297-307, <https://doi.org/10.56633/jsie.v5i2>
- Ambarwati, Ari. *Perilaku dan teori organisasi*. Media Nusa Creative (MNC) Publishing, 2021.
- Aminah, Siti, Nikmatul Masruroh, and Firmansyah Shidiq Wardhana. "The Institutional Innovation Through The Integrated Halal System In Management of Hajj Fund Investment in Indonesia". *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2024), 465–478. [https://digilib.uinkhas.ac.id/40275/1/ALDI%20RAHMAN 214105010020.pdf.pdf](https://digilib.uinkhas.ac.id/40275/1/ALDI%20RAHMAN%20214105010020.pdf.pdf)
- An-Naisaburi, Abi Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi, Shahih Muslim, Hadits no. 6586.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Ekonomi Islam: Suatu kajian kontemporer*. Gema Insani Press, 2001.
- Aquino, I Waldelmi, "Analisis Literasi Keuangan Syariah Tentang Riba Pada Anggota BMT/Koperasi Syariah" *Jurnal Ilmiah Ekonomi* 8, no. 02 (2022) 1782–91. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.2715>.
- Arianti, Linda Septian, Maslichah Maslichah, dan Abdullah Syakur Novianto, "Pengaruh Pendapatan, Pendidikan dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Digital (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang)," *Jurnal Warta Ekonomi* 8, no.01 (2025), <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jwe/article/view/26843>.
- Chen, H, dan Volpe, R.P. *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students* 7 (2). 107-128. (1998).
- Choirul, Umami, "Analisis pengaruh literasi keuangan syariah, motivasi dan herding terhadap keputusan investasi pada saham syariah (studi empiris pada mahasiswa prodi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam uin raden intan lampung)," Skripsi, Uin raden intan lampung, 2023.
- Darmawan, Akhmad, Kesih Kurnia, dan Sri Rejeki, "Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 8, no.2 (2019): 44-56, <https://doi.org/10.3263/jiak.v8i2.297>.

- Departemen Agama Republik Indonesia. *Alquran dan Terjemahan*. Jakarta: Qur'an Kemenag, 2018.
- Duwi, Safitri, Desi, Wildatun Hasanah, Sri Wahyuni, dan Siti Masrohatin, "Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Program Pengabdian Masyarakat: Optimalisasi Sistem Layanan Kredit Jangka Pendek Kantor Cabang Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Bondowoso" *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no.1 (2024), 220–227. <https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/issue/view/9>
- Elsa, Verina, "Analisis literasi keuangan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya." *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 8, no.1 (2018), <http://dx.doi.org/10.34010/jipsi.v8i2.1336>.
- Fadhillah, Arif, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi (Studi Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh) Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2022.
- Fithri, Nadiah Khalishah, Pratomo Cahyo Kurniawan, Rohmad Abidin, dan Anugrah Fitria Berliananda, "Pengaruh promosi, pengetahuan produk, dan pendapatan terhadap minat berinvestasi pada produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pemalang Comal," *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 1 (2025): 221–236, <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/10628>
- Garaika, dan Winda Feriyan, "Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta," *Jurnal Aktual* 16, no.1 (2018) 21–27, <https://jurnal.stietrisnanegara.ac.id/index.php/aktual/article/view/3>.
- Gesta, Rine, Endah Andayani, dan Auliana Farrabanie Al Arsy, "Pengaruh Preferensi Resiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis," *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 4, no.1 (2019), <https://doi.org/10.21067/jrpe.v4i1.3773>
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran IBM SPSS 26*, 10th edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Habiburahman, "Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi* 22, no.2 (2017), 177–86, <https://doi.org/10.24912/je.v22i2.219>.
- Haerisma, Alvien Septian, Makmuri Ahdi, dan Laelatul Adha, "Pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada pegadaian syariah pasar baru indramayu," *Jurnal Ekonomi Rabbani* 1, no. 2 (2021): 79–94, <http://repository.syekh Nurjati.ac.id/id/eprint/5851>

- Hafido,"*Pengaruh Pemanfaatan Dana Zakat Produktif Terhadap Tingkat Penghasilan Mustahik di Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Yogyakarta*," Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.
- Hafizah, Siti, Abdul Rahim, Rosemaliza Abdul Rashid, dan Abu Bakar Hamed,"*Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis*," *International Journal of Economics and Financial Issues* 6, no.7 (2016):32–35, <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijefi/issue/32000/353022> .
- Hambali, Muhammad Yusuf,"*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Sekitar Pondok Pesantren Di Kecamatan Cibitung Bekasi*" Skripsi. Institut Pertanian Bogor,2018.
- Hanum, Nurlaila,"Analisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomika* 1, no.2 (2017): 107, <https://doi.org/10.1234/jse.v1i2.325>.
- Hardani. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Harnanto, *Dasar-Dasar Akuntansi*. Yogyakarta: ANDI, 2019.
- Hidayah, Nur. *Literasi Keuangan Syariah*. Depok, Rajawali Pers, 202.
- Hidayatullah, MF "Manajemen investasi bank syariah syariah". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no.2 (2014), 5. <https://www.academia.edu/download/103593991/266976252.pdf>
- Iqbal, Muhammad, "*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Investasi Crypto Pada Generasi Z Di Kota Banda Aceh*" Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2025.
- J, Smith, "*Quantitative Research Methods in Social Sciences*," 2020.
- Jannah, Nisa Zahratul, Mahyarni, dan Julina, "Pengaruh literasi keuangan syariah, pendapatan, persepsi risiko, dan perilaku keuangan terhadap minat investasi emas antam logam mulia pada generasi milenial," *Jurnal Bisnis Kompetif* 4, no. 2 (2025): 93-281, <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v4i2.2165>
- Jannah, Sinta Ardhilatul,"*Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar Iii Muara Enim* " Skripsi, Uin Raden Fatah Palembang, 2017.
- Kertajaya, Hermawan. *Komunikasi Pemasaran Modern*. 2007.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran. 15th Edition*, Harlow : Person Education Limited, 2016.

- Kusumadewi, Rita, dan Ayus Ahmad Yusuf. *Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan Pondok Pesantren*. Cirebon, CV. ELSI Pro, 2019.
- Mahendra, Yogie Zainul Restu, "Pengaruh Pendapatan Dan Promosi Terhadap minat Nasabah Berinvestasi Emas Di Pegadaian Syariah semarang" Skripsi, UIN Walisongo, 2025.
- Makmur, Tim, "3 Jenis Pendapatan Yang Dapat Kamu Miliki, Sudah Punya Mana Saja?" (blog). September 09, 2022, <https://blog.makmur.id/post/3-jenis-pendapatan-yang-dapat-kamu-miliki-sudah-punya-mana-saja9bf6b7820e5a>
- Manurung, Adler H. dan Lutfi T. Rizky, *Successful Financial Planner: A Complete Guide*. Jakarta: Grasindo, 2009.
- Martani, *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK*. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Maulana, Asril, "Analisis pendapatan dan beban operasional dalam meningkatkan laba operasional pada pt. Kharisma pemasaran bersama nusantara (pt. Kpb nusantara)," Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2018.
- Masrohatin, Siti. "Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dan Loyalitas Konsumen." *Al-Iqtishadi* 2, no.1 2016. https://digilib.uinkhas.ac.id/33285/1/RIZKIYATUL%20HASANAH_204105020125
- Melinda, Restia dan Syintia Efendi, "Pengambilan keputusan dalam berinvestasi di pasar modal," *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra* 3, no.1 (2022): 60-67, <https://doi.org/10.33059/jmas.v3i1.4858>.
- Mulyadi, Aris Wahyu, Ari Susanti, "Pengaruh pendapatan, pengetahuan investasi, dan literasi keuangan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian pada Gen Z di Wilayah Solo Raya" *Jurnal Studi Inovasi* 4, no. 1 (2024): 36-44, <https://doi.org/10.52000/jsi.v4i1.149>
- Mulyana, Mumuh, "Strategi Promosi dan Komunikasi," *INA-Rxiv, preprint*, (2019). doi: 10.31227/osf.io/v7dfr.
- Muttaqin, Rizal, Rosida Dwi Ayuningtyas, "Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan pendapatan terhadap minat investasi di Pasar Modal Syariah (Studi pada Masyarakat Milenial Kota Semarang)" *Journal of Management dan Business* 5, no.1 (2022): 33-59, <https://doi.org/10.26877/sta.v5i1.12008>
- Nanda, Teuku Syifa Fadrizha, Ayumiati, dan Rahmaton Wahyu. "Tingkat literasi keuangan syariah: Studi pada masyarakat Kota Banda Aceh." *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no.2 (2019): 141-152, <https://dx.doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8573>.

- Nugroho, Untung. *Metodologi penelitian kuantitatif pendidikan jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung, 2018.
- Nursandy, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Tape di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso," Jember, 2012
- Otoritas Jasa Keuangan, "Konsumen", Accessed April 27, 2025. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan "Pengertian Bank Syariah." Accessed April 1, 2025, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/pbs-dan-kelembagaan.aspx>.
- Paningrum, Destina, *Buku Referensi Investasi Pasar Modal*. Kediri, Penerbit Lembaga Chakra Brahmanda Lentera, 2022.
- Pembiayaan Bisnis Emas BSI Melesat 30%* Bank Syariah Indonesia. Akses 1 April, 2025. Bankbsi.co.id
- Pertiwi, Pitma, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan. Tenaga Kerja di Daerah Istimewah Yogyakarta," Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.
- Pratiwi, Ana, F Muqmiroh. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)* 2, no.2, (2022), <https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1465>
- Purnama, Arif, "Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU), Pendapatan Asli Daerah (PAD), Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran (SILPA), Dan Luas Wilayah Terhadap Belanja Modal Pada Kabupaten Dan Kota Di Jawa Tengah Periode 2012-2013," Skripsi, Unmuh Surakarta, 2014.
- Rahardja dan Manurung, *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2001.
- Rahma, Aldra Puspita dan Clarashinta Canggih, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no.2 (2021):98-108, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>.
- Ramadhan, Anggia, Radiyan Rahim, dan Nurul Nabila Utami, *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*. Tahta Media Group, 2023.
- Rizal, Muhammad. *Perilaku Investor Agresif di Indonesia: Teori dan Bukti Empiris*. Syiah Kuala University Press, 2024.

- Ruswanda, Vitaloka Ervinayanti, Lilis Fauziah Balgis, dan Maya Apriyana, "Pengaruh literasi keuangan syariah dan digital marketing terhadap minat generasi Z investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Ekonomi Islam* 3, No.2 (2025): 14–25, <https://ejournal.stai-mifda.ac.id/index.php/jekis/article/view/1410>
- Sakinah, Meira Nur, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Mengajukan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia" Skripsi, UIN Walisongo, 2023.
- Salim, Amir, Fadilla, dan Anggun Purnamasari, "Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia" *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 7, no.1 (2021): 2-3, <https://doi.org/10.36908/esha.v7i1.268>.
- Santosa, Agus Budi "Analisis Inflasi Di Indonesia," Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2017, Semarang, Indonesia, July 2017. Universitas Stikubank, 2017.
- Santoso, Aprih, Anggraini Syahputri, Gita Puspita, Mira Nurhikmat. Susana Dewi, Maya Arisandy, Angga Nugraha, Ika Septi Kurnia Anggraeni, Enji Azizi, Yulaikah, Nelli Novyarni, Nurlia, Vadilla Mutia Zahara dan Rini Yulia Sasmiyati, *Manajemen Investasi Dan Portofolio*. Purbalingga, Eureka Media Aksara, 2023.
- Sari, Atika, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi Dan Pendapatan Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Banda Aceh" Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2023.
- Shaleh, Abd. Rahman, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: PT. Prenada media, 2004.
- Siallagan, Hamonangan, *Teori Akuntansi Edisi Pertama*. Medan: Universitas HKBP Nomensen Medan, 2020. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3900>
- Silviana, Irene dan Prabudi Darus, *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo media pustaka, 2021.
- Siregar, Syofia, Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta, KENCANA, 2017.
- Sitorus, Onny Fitriana, dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta, FKIP UHAMKA, 2017)
- Stanton, William J., *Fundamentals of marketin*. New York: McGraw-Hill, 2007.

- Sudarmadji, *Buku Ajar analisis Investasi*. Jakarta, Tanri Abeng University Press, 2022.
- Sudremi, *Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Sugeng Santoso, Sholahudin Al Aiyubi, Guntur Imam Nefianto, Imam Hartono, Ferry Irawan, Mohammad Ismail Riyandi, Muhammad Aqil Irham. *Strategi Nasional Literasi dan Inklusi Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2024.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharoto, Babun, Miftah Arifin, Zainal Abidin, Abdul Karim, Moch. Chotib, Hepni, Ali Sodiq, Minan Jauhari, Moh. Zainnuri, Yobbi mahruz Habibie. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember*. Jember, UIN Kiai Achmad Siddiq Jember, 2021.
- Sukirno. *Makro Ekonomi. Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grasindo Perseda, 2011.
- Suliyanto, *Metode Bisnis Riset*, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Suryanto, "Financial Literacy and Investment Decisions: Evidence from Indonesia," *Journal of Finance and Investment Analysis* 11, No.1 (2022), 53-67, <http://dx.doi.org/10.4108/eai.14-12-2021.2318356>.
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Syah, Muhibbin, *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Tandelilin, Eduardus. *Dasar-dasar manajemen investasi*. Yogyakarta: Kanisius, 2012.
- Tohar, *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius, 2003.
- Tomisa, Muhammad Elsa, Dan M.Syafitri, "Pengaruh badan usaha milik desa terhadap pendapatan asli di desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no.1 (2020) 91-101, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.219>.
- Uswah, Nurul, Nur Fitriyah, dan Indria Puspitasari Lenap, "Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik," *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 4, no.2 (2024): 328-341, <https://doi.org/10.29303/risma.v4i1.1114>.
- Wulandari, Anna, dan Heru Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT. Kimshafi Alung Cipta, 2024. <https://publisher.alungcipta.com/books/keputusan-pembelian-konsumen/>.

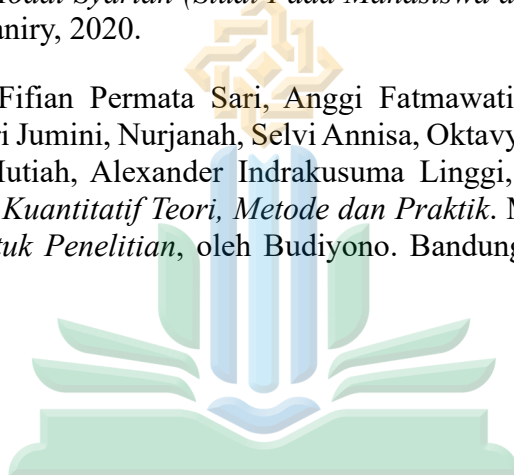
Yusuf, Muri. *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*, Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

Zaelani, Rahmad Hendi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi," *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* 1, no.1 (2022):20, <https://ejournal.iaiiibrahimy.ac.id/index.php/ribhuna/article/view/1250>.

Zahra, Fathya Aulia, "Pengaruh Pendapatan, Promosi, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia di DKI Jakarta," Skripsi, UPN Veteran Jakarta, 2024.

Zulchayra, Zahra, "Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap minat Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa di Banda Aceh)," Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2020.

Zulfikar, Rizka, Fifian Permata Sari, Anggi Fatmawati, Kartika Wandini, Tati Haryati, Sri Jumini, Nurjanah, Selvi Annisa, Oktavy Budi Kusumawardhani, Rif'taul Mutiah, Alexander Indrakusuma Linggi, Hafid Fadilah. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori, Metode dan Praktik*. Mengutip dari *Stastitiska Dasar Untuk Penelitian*, oleh Budiyono. Bandung: Widina Media utama, 2024.



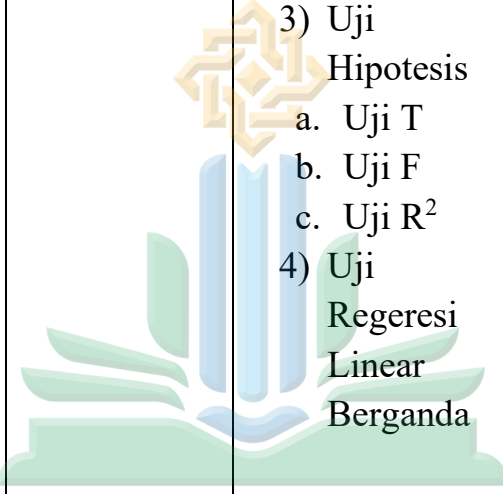
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 1

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Penelitian	Hipotesis
Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP	Literasi Keuangan Syariah (X1)	1. Pengetahuan 2. Kemampuan 3. Sikap 4. Kepercayaan (Sugeng 2024)	1. Kuesioner 2. Dokumentasi	1. Pendekatan Kuantitatif 2. Jenis Penelitian Adalah Asosiatif Kausal 3. Teknik Pengumpulan Sampel Adalah Probability Sampling Yaitu Simple	1. Apakah Literasi Keuangan Syariah Berpengaruh Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol?	1. H1: Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Antara Variabel Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol
	Promosi (X2)	1. Advertising (Iklan) 2. Sales Promotion (Promosi Penjualan) 3. Public Relation (Hubungan Masyarakat)				2. H2: Terdapat Pengaruh Yang

Lumajang Imam Bonjol		4. Direct Marketing (Pemasaran Langsung) (Kotler dan Keller 2016)		Random Sampling 4. Menggunakan n Skala Likert 5. Metode Analisis Data:	2. Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol?	Signifikan Antara Variabel Promosi Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol
	Pendapatan (X3)	1. Pekerjaan 2. Penghasilan 3. Beban pendidikan 4. Beban Biaya Hidup (Siallagan 2020)		1) Uji Instrumen data a. Uji Validitas b. Uji Reabilitas	3. Apakah Pendapatan Berpengaruh Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah	3. H3: Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Antara Variabel Pendapatan Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol
	Minat Berinvestasi (Y)	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif		2) Uji Asumsi Klasik a. Uji Normalitas b. Uji Multikolineritas		

		(Wulandari 2024)	 <p>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R</p>	<p>c. Uji Heteroskedastisitas</p> <p>3) Uji Hipotesis</p> <p>a. Uji T</p> <p>b. Uji F</p> <p>c. Uji R^2</p> <p>4) Uji Regresi Linear Berganda</p>	<p>Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol?</p> <p>Apakah Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Dan Pendapatan Berpengaruh Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol?</p>	<p>4. H4: Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Antara Variabel Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol</p>
--	--	------------------	--	--	--	--

Lampiran 2

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Rendy Ilyas Febriansyah
 Nim : 212105010082
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Perbankan Syariah
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Jember, 11 November 2025

Saya yang menyatakan



Rendy Ilyas Febriansyah
 NIM. 212105010082

Lampiran 3

KUSIONER PENELITIAN

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PROMOSI DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI CICIL EMAS PADA NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP LUMAJANG IMAM BONJOL

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Saya Rendy Ilyas Febriansyah Mahasiswa Perbankan Syariah dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq JEMBER, sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir (SKRIPSI) dengan judul penelitian “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Cicil Emas Pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol”. Sehubungan dengan hal tersebut, saya meminta kesediaan bapak/ibuk untuk menjadi responden pada penelitian ini dengan mengisi kuisisioner yang telah disediakan dan menjawabnya secara jujur. Informasi yang bapak/ibuk berikan pada kuisisioner ini akan dijamin kerahasiaannya karena hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Nama:

Jenis Kelamin:

Usia:

Pekerjaan:

Pendapatan:

Sudah Berinvestasi cicil emas:

Daftar Pernyataan

No.	Literasi Keuangan Syariah (X1)	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memahami literasi keuangan syariah					
2	Saya memiliki keputusan keuangan yang baik					
3	Saya bisa merencanakan keuangan saya dengan baik					
4	Saya memprioritaskan lembaga keuangan syariah dibandingkan dengan lembaga konvensional					

No.	Promosi (X2)	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mendapatkan informasi mengenai investasi cicil emas di bank syariah Indonesia melalui brosur, koran, iklan atau media sosial					
2	Saya tertarik berinvestasi cicil emas di bank syariah Indonesia karena pemberian informasi yang jelas dan transaksi yang transparan					
3	Saya tertarik berinvestasi cicil emas karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales Bank Syariah Indonesia					
4	Saya tertarik berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia setelah melihat iklan yang secara langsung menawarkan skema cicilan emas					

No.	Pendapatan (X3)	SS	S	KS	TS	STS
1	Pekerjaan tetap saya mampu menghasilkan pendapatan yang lebih untuk dapat disisihkan sebagian untuk berinvestasi cicil emas					
2	Penghasilan saya setiap bulannya dapat disisihkan sebagian untuk berinvestasi cicil emas					

3	Pendapatan yang saya memiliki mampu membiayai pendidikan saya atau keluarga saya dan masih ada sebagian untuk disisihkan untuk berinvestasi cicil emas					
4	Pendapatan saya saat ini cukup untuk membiayai tanggungan kehidupan saya atau tanggungan keluarga saya dan masih ada sebagian untuk disisihkan untuk berinvestasi cicil emas					

No.	Pendapatan (X3)	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik dengan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia karena prosesnya yang mudah, cepat, aman, dan terjamin					
2	Saya tertarik dengan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia setelah mendapatkan referensi atau petunjuk dari teman atau kerabat					
3	Saya tertarik dengan produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia karena tranksaksinya transparan dan menguntungkan					
4	Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai produk pembiayaan cicil emas BSI kepada teman atau kerabat dan karyawan Bank Syariah Indonesia					

Keterangan:

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Tidak Setuju (TS) = 2

Kurang Setuju (KS) = 3

Setuju (S) = 4

Sangat Setuju (SS) = 5

Lampiran 4

DATA RESPONDEN

Nama	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Sudah berinvestasi cicil emas
David hardiyanto	Laki Laki	30	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Amirudin	Laki Laki	45	Pedagang	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Tidak
Lisa anggraeni	Perempuan	30	karyawan	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Nur Fadilah	Perempuan	35	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Supardi	Laki Laki	38	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Muhdor	Laki Laki	27	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Alifa Novita Sari	Perempuan	29	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Muhammad	Laki Laki	30	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Lisa	Perempuan	25	IRT	<Rp 5.000.000	Tidak
Anton wijaya	Laki Laki	38	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Miftah	Laki Laki	27	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Rofik	Laki Laki	25	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Samsul	Laki Laki	23	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Harris Eka Sidharta	Laki Laki	29	Karyawan	<Rp 5.000.000	Iya
Ahmad	Laki Laki	30	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Nancy andanis	Perempuan	27	Karyawan	<Rp 5.000.000	Iya
Dewi	Perempuan	26	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Dani	Laki Laki	26	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Sahrul	Laki Laki	26	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Febri	Laki Laki	30	Pegawai	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Distania Rosalina	Perempuan	21	Karyawan	<Rp 5.000.000	Iya
Siswanto	Laki Laki	38	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Sinol	Laki Laki	25	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Kholis	Laki Laki	30	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Basori alwi	Laki Laki	24	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Deni	Laki Laki	27	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Yusuf	Laki Laki	30	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Yuswanto	Laki Laki	23	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Alvia	Perempuan	28	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Kholiah	Perempuan	34	IRT	<Rp 5.000.000	Tidak
Muhammad aldi	Laki Laki	31	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Ibuk ibti	Perempuan	34	IRT	<Rp 5.000.000	Tidak
Anggi	Perempuan	27	IRT	<Rp 5.000.000	Tidak

Firmansyah	Laki Laki	26	Buruh	<Rp 5.000.000	Iya
Sakdiyah	Perempuan	30	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Ilham Maulana	Laki Laki	27	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Sofyan	Laki Laki	28	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Pak sam	Laki Laki	35	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Anik hayati	Perempuan	34	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Rian	Laki Laki	25	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Fahmi	Laki Laki	27	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Nurul Hikmawati	Perempuan	31	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Muhammad wafi	Laki Laki	28	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Siti aminah	Perempuan	29	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Abdul khodir	Laki Laki	35	Buruh	<Rp 5.000.000	Iya
Sumiyah	Perempuan	39	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Zainul arifin	Laki Laki	27	Buruh	<Rp 5.000.000	Iya
Cahyono setiadi	Laki Laki	33	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Sinol	Laki Laki	26	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Lailatul	Perempuan	25	IRT	<Rp 5.000.000	Tidak
Subadin	Laki Laki	40	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Sunarti	Laki Laki	27	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Khairul abidin	Laki Laki	26	Buruh	<Rp 5.000.000	Iya
Edi	Laki Laki	25	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Refi	Laki Laki	24	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Abdurrahman	Laki Laki	30	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Riski	Laki Laki	38	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Tidak
Nawati	Perempuan	42	IRT	<Rp 5.000.000	Tidak
Ela Nurhayati	Perempuan	26	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Ulfa Fitria	Perempuan	28	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Anik	Perempuan	55	PNS	<Rp 5.000.000	Tidak
Yuni Astutik	Perempuan	28	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Dinia kholida	Perempuan	27	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Abdul gofur	Laki Laki	25	Buruh	<Rp 5.000.000	Tidak
Eriq erwansyah	Laki Laki	30	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Rudi	Laki Laki	24	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Lisa Cristian	Perempuan	28	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Vhelit Astrea	Perempuan	26	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Muhammad halim	Laki Laki	26	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Sumaidah	Perempuan	40	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Zainul Arifin	Laki Laki	31	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Solihin	Laki Laki	23	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak

Eko	Laki Laki	28	Buruh	<Rp 5.000.000	Tidak
Saiful	Laki Laki	34	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Firman	Laki Laki	24	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Sunardi	Laki Laki	43	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Gamyasano	Laki Laki	60	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Marijatur Rosidah	Perempuan	35	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Agus	Laki Laki	34	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Idawati	Perempuan	40	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Evi Dwi Yunita	Perempuan	48	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Rini andarwati	Perempuan	33	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Putri andina	Perempuan	38	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Anik hayati	Perempuan	37	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Misnah	Perempuan	58	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Melly bintari	Perempuan	50	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Soleh	Laki Laki	29	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Lasota jafia	Perempuan	45	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Sri rahayu	Perempuan	34	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Nurul hikmah	Perempuan	38	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Sutiah	Perempuan	51	IRT	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Yuliana	Perempuan	37	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Iya
Tutik	Perempuan	34	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya
Rifatul	Perempuan	47	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Sunarti	Perempuan	54	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Maria	Perempuan	34	IRT	<Rp 5.000.000	Tidak
Desy	Perempuan	25	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Risa	Perempuan	27	Wiraswasta	<Rp 5.000.000	Tidak
Nining	Perempuan	36	IRT	<Rp 5.000.000	Iya
Nindyra ayu	Perempuan	27	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	Iya

Lampiran 5

TABULASI DATA

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
5	4	5	4	18	3	4	3	4	14	3	4	4	4	15	3	4	4	4	15
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20
3	4	3	4	14	3	4	3	4	14	4	3	4	4	15	3	4	3	4	14
3	5	5	4	17	4	5	3	5	17	4	3	4	5	16	4	4	5	4	17
3	3	3	3	12	2	2	1	2	7	1	1	1	2	5	3	2	2	2	9
4	4	5	4	17	3	4	4	3	14	4	5	5	4	18	3	4	4	4	15
4	4	3	4	15	5	4	4	4	17	4	5	4	3	16	4	3	3	4	14
3	3	3	2	11	2	1	2	2	7	1	2	2	1	6	2	2	2	2	8
2	2	2	1	7	2	2	1	2	7	1	2	2	1	6	3	3	3	3	12
4	4	3	4	15	3	4	4	4	15	3	4	4	4	15	4	5	4	3	16
3	4	3	4	14	2	3	3	2	10	3	2	3	2	10	2	3	2	2	9
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	3	2	3	10	2	3	2	3	10
3	4	4	3	14	3	2	3	2	10	3	3	3	3	12	4	3	3	4	14
4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	3	3	4	13	3	2	2	2	9	3	2	3	3	11	3	3	2	2	10
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	2	2	2	2	8	4	4	3	4	15
3	3	4	3	13	3	4	3	3	13	3	2	3	3	11	4	4	4	4	16
3	3	3	3	12	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13
4	4	4	5	17	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
5	5	4	4	18	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18
3	3	3	3	12	4	2	3	3	12	2	3	3	3	11	3	4	4	4	15
3	3	4	3	13	4	3	2	2	11	2	2	1	2	7	3	3	4	3	13
4	4	4	5	17	3	4	4	3	14	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
3	3	3	3	12	3	3	2	4	12	2	3	3	3	11	3	2	3	3	11
3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	3	3	4	3	13	3	4	3	4	14
4	3	4	3	14	4	3	3	3	13	2	3	2	2	9	3	3	3	3	12
3	4	3	3	13	3	4	3	4	14	2	3	2	1	8	3	5	4	4	16
4	3	3	4	14	3	3	3	4	13	3	1	3	2	9	5	4	5	3	17
2	3	2	3	10	3	3	3	3	12	2	3	2	3	10	5	3	4	3	15
3	3	4	3	13	3	4	3	4	14	3	3	3	3	12	4	3	5	4	16
3	3	3	3	12	4	3	5	4	16	3	2	3	3	11	3	4	4	3	14
3	3	4	3	13	3	5	4	4	16	3	2	1	2	8	3	4	3	4	14
4	4	3	5	16	4	3	4	3	14	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15
4	5	4	5	18	3	5	4	4	16	4	3	3	4	14	4	5	4	5	18
3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	2	1	2	8	3	2	4	3	12
3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	2	2	2	2	8	3	3	5	4	15

3	4	4	3	14	3	4	3	4	14	3	2	3	2	10	3	3	4	3	13
3	4	3	4	14	3	4	4	5	16	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20
3	4	3	3	13	3	4	3	3	13	2	2	2	2	8	4	3	5	3	15
3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	2	3	3	3	11	4	3	4	2	13
4	4	4	4	16	3	4	3	5	15	3	4	4	4	15	5	3	5	3	16
3	4	3	4	14	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14	3	4	3	4	14
3	3	4	4	14	3	4	3	4	14	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	3	5	3	5	16	3	3	4	3	13	5	4	5	4	18
4	4	4	3	15	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14
5	5	5	5	20	4	5	3	4	16	3	4	3	4	14	5	4	5	4	18
3	4	3	4	14	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	5	4	5	4	18
3	3	4	3	13	4	3	4	3	14	3	2	3	2	10	4	4	4	3	15
3	4	4	3	14	3	3	2	4	12	3	2	1	1	7	5	3	3	4	15
3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13
3	3	4	4	14	3	4	3	4	14	3	3	3	4	13	3	4	3	4	14
5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	3	4	3	4	14	5	4	5	4	18
3	3	4	3	13	4	4	3	4	15	3	4	3	3	13	3	4	3	3	13
3	3	3	3	12	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14	3	4	4	3	14
3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	4	2	5	1	12
3	3	4	4	14	3	2	2	3	10	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12
3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	5	5	3	18	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	5	4	5	3	17
5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18
3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	2	2	3	3	10	3	3	3	3	12
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	2	3	3	10	3	3	3	3	12
5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	5	3	16	3	2	2	3	10	3	3	3	3	12	4	3	5	1	13
3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	4	3	4	3	14	5	3	5	3	16
5	5	4	3	17	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12	4	3	4	2	13
4	3	4	3	14	4	3	4	4	15	3	4	3	3	13	3	4	3	3	13
4	5	5	4	18	4	5	3	4	16	5	5	5	5	20	3	4	5	4	16
3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	4	3	4	14	5	3	4	3	15
3	4	4	3	14	4	3	4	3	14	3	2	2	3	10	4	4	5	2	15
5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
3	5	4	2	14	4	4	3	4	15	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14
3	4	3	4	14	3	4	3	4	14	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14
3	4	4	4	15	3	4	3	3	13	4	5	3	4	16	3	4	3	4	14
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15
4	5	4	5	18	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
3	4	3	3	13	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12
4	5	4	4	17	5	4	4	5	18	4	3	3	4	14	5	5	5	5	20
4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	3	3	4	3	13
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18	4	5	4	4	17
3	4	3	4	14	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16

3	3	4	3	13	4	3	4	5	16	3	4	5	4	16	5	4	5	4	18
4	5	4	5	18	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18
4	4	5	3	16	3	4	4	5	16	3	4	4	5	16	4	4	4	4	16
4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19
4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	5	16	4	3	4	4	15
3	3	3	3	12	2	4	3	2	11	3	3	3	2	11	3	3	2	4	12
3	3	3	4	13	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18
3	4	4	3	14	4	5	3	4	16	3	4	4	4	15	4	5	4	5	18
5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17
4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18
4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18	4	5	4	4	17
3	3	4	3	13	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	5	3	5	4	17
4	3	5	4	16	4	5	4	5	18	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18
5	4	5	5	19	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
4	4	3	5	16	4	3	5	5	17	4	5	4	4	17	5	5	3	4	17
3	2	2	2	9	3	1	2	3	9	2	2	3	2	9	1	3	2	2	8
3	3	2	4	12	3	2	3	3	11	3	4	3	3	13	4	3	4	3	14
3	4	4	3	14	4	2	3	4	13	3	4	4	3	14	4	4	3	3	14
4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 6

Perhitungan Tabel

A. R Tabel (Uji Validitas)

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

B. T Tabel (Uji T)

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

F Tabel (Uji F)

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

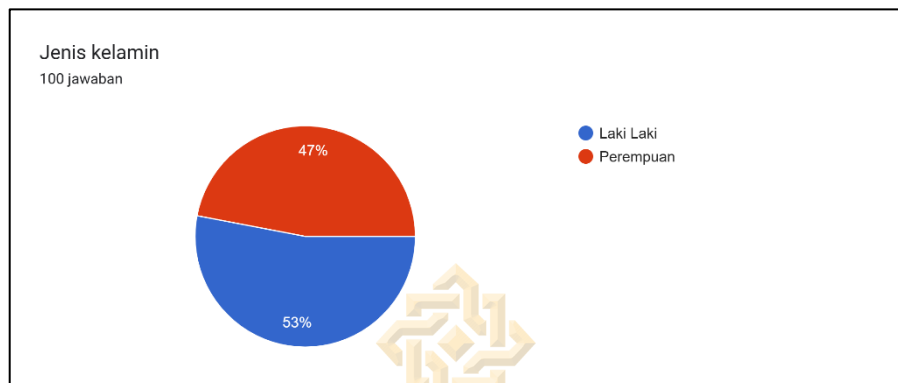
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 7

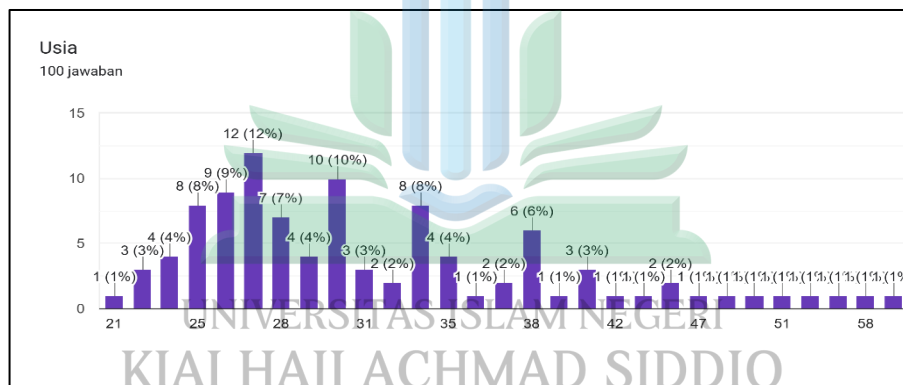
Hasil Penyajian Data dan Perhitungan SPSS

A. Karakteristik Responden

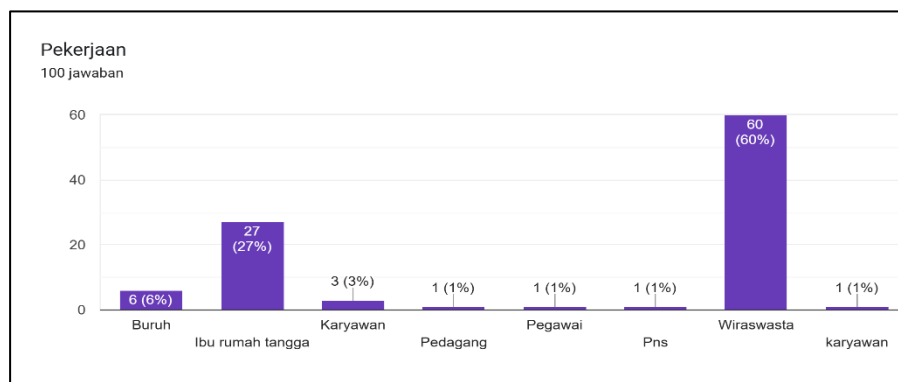
1. Jenis Kelamin



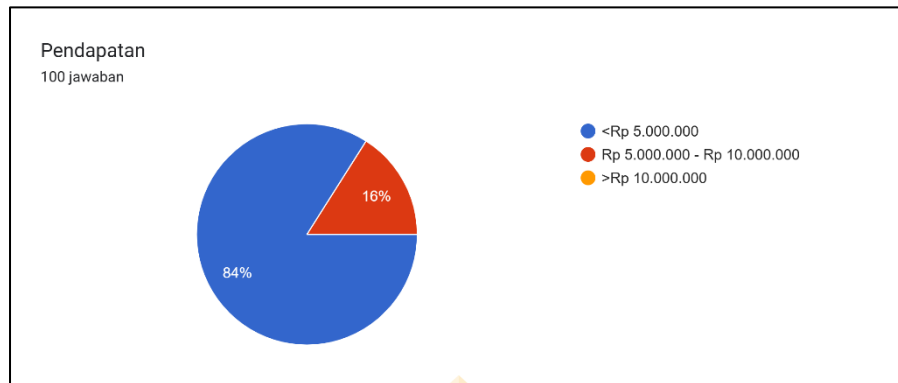
2. Usia



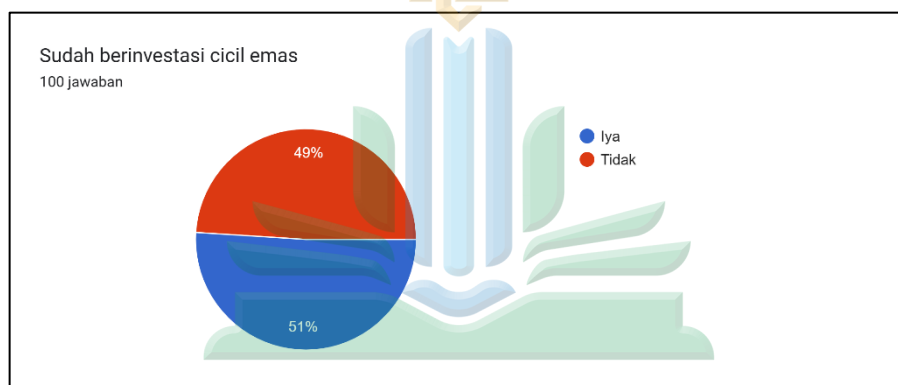
3. Pekerjaan



4. Pendapatan



5. Sudah Memiliki Cicil Emas



B. Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1)

		Correlations				Literasi Keuangan Syariah
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
X1.1	Pearson Correlation	1	.664**	.632**	.637**	.882**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.664**	1	.551**	.622**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.632**	.551**	1	.368**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.637**	.622**	.368**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Literasi Keuangan Syariah	Pearson Correlation	.882**	.860**	.765**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Uji Validitas Variabel Promosi (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Promosi
X2.1	Pearson Correlation	1	.411**	.678**	.530**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.411**	1	.537**	.620**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.678**	.537**	1	.556**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.530**	.620**	.556**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.784**	.803**	.849**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

3. Uji Validitas Variabel Pendapatan (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Pendapatan
X3.1	Pearson Correlation	1	.679**	.746**	.704**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.679**	1	.733**	.762**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.746**	.733**	1	.731**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.704**	.762**	.731**	1	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Pendapatan	Pearson Correlation	.869**	.895**	.904**	.897**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

4. Uji Validitas Variabel Minat Investasi (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Minat Investasi
Y.1	Pearson Correlation	1	.405**	.720**	.437**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.405**	1	.381**	.651**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.720**	.381**	1	.342**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.437**	.651**	.342**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Minat Investasi	Pearson Correlation	.826**	.760**	.792**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

C. Uji Reabilitas

1. Uji Reabilitas Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	4

2. Uji Reabilitas Variabel Promosi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.831	4

3. Uji Reabilitas Variabel Pendapatan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	4

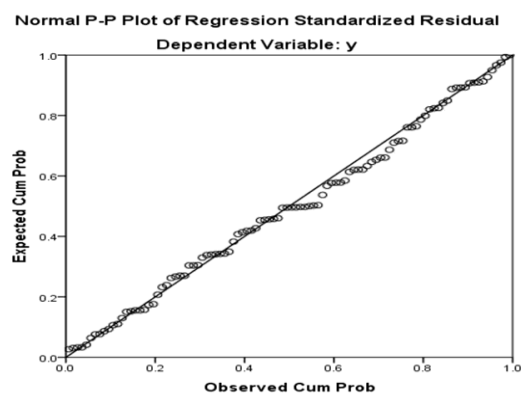
4. Uji Reabilitas Variabel Minat Investasi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	4

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

a. Uji Normalitas *Non Probability Plot*



b. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60068947
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.031
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan Syariah	.419	2.386
	Promosi	.330	3.030
	Pendapatan	.378	2.648

a. Dependent Variable: Minat Investasi

3. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2.319	.530		4.375
	Literasi				
	Keuangan	-.048	.049	-.143	-.994
	Syariah				
	Promosi	.017	.054	.054	.324
	Pendapatan	-.048	.040	-.184	-1.196

a. Dependent Variable: Abs_RES

E. Uji Hipotesis

a. Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.938	.959		3.064
	Literasi Keuangan Syariah	.181	.096	.172	2.396
	Promosi	.661	.099	.686	6.693
	Pendapatan	.251	.076	.236	2.065

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	508.132	3	169.377	64.103
	Residual	253.658	96	2.642	
	Total	761.790	99		

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Predictors: (Constant), Pendapatan, Literasi Keuangan Syariah, Promosi

F. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.938	.959		3.064
	Literasi Keuangan Syariah	.181	.096	.172	2.396
	Promosi	.661	.099	.686	6.693
	Pendapatan	.251	.076	.236	2.065

a. Dependent Variable: Minat Investasi

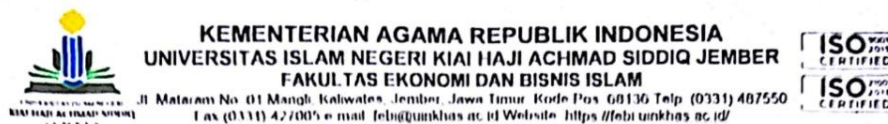
G. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.667	.657	1.62551

a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Literasi Keuangan Syariah, Promosi

Lampiran 8

SURAT IZIN PENELITIAN



Nomor 13-83/Un 2217 n/PT 00 9/05/2025 18 Juni 2025
Lampiran
Hal Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala BSI KCP Lumajang Imam Bonjol
Jl. Imam Bonjol, No 50A Lumajang

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut

Nama	Rendy Ilyas Febriansyah
NIM	212105010082
Semester	VIII (Delapan)
Jurusan	Ekonomi Islam
Prodi	Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh literasi keuangan syariah promosi dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,
Nurul Widyawati Islami Rahayu



Lampiran 9

SURAT SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN

Lumajang, 25 Agustus 2025
No. 005/728-3/9215



Assalamualaikum Wr Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imam Suhadi
Jabatan : Branch Manager KCP Lumajang Imam Bonjol
Alamat : Jl. Imam Bonjol No 50A, Kabupaten Lumajang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rendy Ilyas Febriansyah
NIM : 212105010082
Asal Sekolah : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Bahwa yang bersangkutan telah melakukan kegiatan penelitian di PT Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Cicil Emas pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol". Kegiatan penelitian tersebut telah dilaksanakan mulai tanggal 11 Agustus 2025 sd 15 Agustus 2025.

Selama kegiatan penelitian di PT Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang Imam Bonjol, yang bersangkutan telah melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan persetujuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
KCP LUMAJANG IMAM BONJOL


Imam Suhadi
Branch Manager

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Lampiran 10

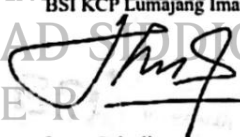
JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal, Bulan dan Tahun	Jenis Kegiatan	Paraf
1	6 Mei 2025	Silaturahmi dan observasi awas di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol	✓
2	6 Mei 2025	Wawancara kepada Bapak Arip selaku <i>Pawning Sales Representative</i> (PSR)	✓
3	7 Mei 2025	Wawancara dengan nasabah BSI KCP Lumajang Imam Bonjol	✓
4	11 Agustus 2025	Menyerahkan Surat Penelitian dan Proposal Penelitian	✓
5	11 Agustus 2025	Menyebarkan kusioner penelitian kepada Nasabah	✓
6	15 Agustus 2025	Meminta surat keterangan selesai penelitian	✓

UNIVERSITAS ISLAM JEMBER
KIAI HAJI ACHMAD SYARIF
J E M B E R

Menyatakan
BSI KCP Lumajang Imam Bonjol



Imam Suhadi
Branch Managar

Lampiran 11

SURAT SELESAI BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: feb@uinkhas.ac.id Website: <http://feb.uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Rendy Ilyas Febriansyah
 NIM : 212105010082
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Ciciil Emas Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kcp Imam Bonjol


Benar-benar telah menyelesaikan bimbingan skripsi dan mohon diperkenankan mengikuti ujian skripsi.


Demikian atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Koordinator Program Studi

Jember, ____ November 2025
 Pembimbing,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER


 Ana Pratiwi, M.S.A.
 NIP. 198809232019032003


 Dr. Siti Masrohatin S.E. MM.
 NIP. 19780612209122001



Lampiran 12

SURAT LULUS PENGECEKAN PLAGIASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Rendy Ilyas Febriansyah
 NIM : 212105010082
 Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
 Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Cici Emas Pada Nasabah di BSI KCP Lumajang Imam Bonjol

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 6 November 2025
 Operator Turnitin
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER
 (Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.El)



Lampiran 13

SITASI

1. Ana Pratiwi, F Muqmiroh. “pengaruh kinerja keuangan terhadap Keputusan investasi di indonesia”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)* 2, no.2, (2022). <https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1465>
2. Desi Duwi Safitri, Wildatun Hasanah, Sri Wahyuni, dan Siti Masrohatin,”Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Program Pengabdian Masyarakat: Optimalisasi Sistem Layanan Kredit Jangka Pendek Kantor Cabang Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Bondowoso” *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no.1 (2024), 220–227. <https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/issue/view/9>
3. MF Hidayatullah. “Manajemen investasi bank syariah syariah”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no.2 (2014), 5. <https://www.academia.edu/download/103593991/266976252.pdf>
4. Siti Aminah, Nikmatul Masruroh, and Firmansyah Shidiq Wardhana. “*The Institutional Innovation Through The Integrated Halal System In Management of Hajj Fund Investment in Indonesia*”. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2024), 465–478. https://digilib.uinkhas.ac.id/40275/1/ALDI%20RAHMAN_214105010020.pdf
5. Siti Masrohatin, "Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dan Loyalitas Konsumen." *Al-Iqtishadi* 2, no.1 (2016), 1. https://digilib.uinkhas.ac.id/33285/1/RIZKIYATUL%20HASANAH_204105020125.pdf

Lampiran 14

DOKUMENTASI



Dokumentasi: Wawancara dengan Bapak arip
selaku *Pawning Sales Representative (PSR)*



Dokumentasi: Tempat penyebaran kuesioner
penelitian



Dokumentasi: Tempat wawancara dengan nasabah



Dokumentasi: Menunggu nasabah

Lampiran 15

BIODATA PENULIS



A. Biodata Penulis

Nama : Rendy Ilyas Febriansyah
 Nim : 212105010082
 TTL : Jember, 11 Februari 2002
 Alamat : Desa Gelang, Kec. Sumberbaru, Kab. Jember
 No. HP : 081332494843
 Email : rendyilyasf11@gmail.com
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Perbankan Syariah

B. Riwayat Pendidikan

SD : SDN 03 Gelang
 SMP : MTS Nurul Mukmin
 SMK : SMA Diponegoro
 Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember