

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH PRODUK CICIL EMAS DI BANK SYARIAH
INDONESIA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh :

RAKA YUANDRA ARYANSYAH

NIM. 20108020021

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH PRODUK CICIL EMAS DI BANK SYARIAH
INDONESIA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh :

RAKA YUANDRA ARYANSYAH

NIM. 20108020021

Dosen Pembimbing :

DEFI INSANI SAIBIL, S.E.I.,M.E.K.

NIP. 19881204 201903 1 014

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1445/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK CICIL EMAS DI BANK SYARIAH INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAKA YUANDRA ARYANSYAH
Nomor Induk Mahasiswa : 20108020021
Telah diujikan pada : Senin, 19 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Defi Insani Saibil, S.E.I.,M.E.K
SIGNED

Valid ID: 66cc2c3f39726



Penguji I

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66d1685ce24fb



Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 66d1690921b58



Yogyakarta, 19 Agustus 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 66d17bd9ce59



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI PERBANKAN SYARIAH
Jl. Marsda Adisucipto Telp./Fax. (0274) 512840 YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Raka Yuandra Aryansyah
NIM : 20108020021
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang ilmu Ekonomi.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. atas perhatiannya saya ucapan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 15 Agustus 2024
Pembimbing,

Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K.
NIP: 19881204 201903 1 014

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raka Yuandra Aryansyah

NIM : 20108020021

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raka Yuandra Aryansyah

NIM : 20108020021

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini, di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal : 16 Agustus 2024



(Raka Yuandra Aryansyah)

HALAMAN MOTTO

“Permintaanmu beribu-ribu, sujudmu terburu-buru. Walaupun kamu sering melupakan tuhan, tapi tuhan selalu menjagamu. Jangan lupa ibadah !”

(anak kosan)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas nikat dan karunia-Nya sehingga proses dalam penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada Bundahara saya Teti Nursanti yang tiada hentinya mendukung dan memotivasi saya agar senantiasa berjuang untuk menjadi putra kebanggaan keluarga, bangsa dan negara. Dan untuk Ayahanda saya Cuyung Sayrun yang tiada hentinya juga mendoakan, memotivasi dan mendukung terutama dari segi moril maupun materil saya selama berpetualang mencari ilmu di kota yang disetiap sudutnya istimewa ini.

Kepada Bapak/Ibu Dosen yang memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, bimbingan, pengalaman, dan memberikan motivasi terkhusus Bapak Defi Insani Saibil yang sudah membimbing dan mengarahkan hingga saat ini. Saya ucapan terima kasih atas jasa dan pengabdiannya, semoga membawa keberkahan dan bermanfaat kedepannya.

Teruntuk semua pihak yang telah bertanya “Kapan Sidang ?”, “Kapan Wisuda?”, “Kapan Nyusul?” dan lain sejenisnya, Kalian adalah alasanku segera menyelesaikan tugas akhir ini.

Terima kasih kepada Almamater UIN Sunan Kalijaga, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan saya kesempatan dan ruang belajar.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alīf	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ṣa'	Ṣ	S (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Ha'	Ḩ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Żāl	Ż	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sâd	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	Dâd	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Aîn	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gaîn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qâf	Q	Qi
ك	Kâf	K	Ka
ل	Lâm	L	‘el
م	Mîm	M	‘em
ن	Nûn	N	‘en
و	Wâwu	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
منْعَدَة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' Marbūtâh di akhir kata*

Semua ta' marbutah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal atau berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
حُكْمَةٌ	Ditulis	<i>hikmah</i>
جِزِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كَرَامَةُ الْأُفْلَى	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---ׁ---	Fathah	Ditulis	A
---ׂ---	Kasrah	Ditulis	I
---ׄ---	Dammah	Ditulis	U
فَعْلٌ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكْرٌ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبٌ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
1. fathah + alif	Ditulis	A
جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya" mati	Ditulis	A
تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya" mati	Ditulis	I
كَرِيمٌ	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فَرُوضٌ	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بِينَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قُولْ	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعْدَّتْ	Ditulis	<i>U'idat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
نوی الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia”**. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah-curahkan kehadirat junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, Keluarga dan Sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terealisasikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin., MA. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M. selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Bapak Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mengarahkan dan membimbing.
5. Bapak Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memotivasi, mengarahkan dan memberi semangat untuk penulis menyelesaikan skripsi yang sangat berkualitas.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Terkhusus program studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu dan telah mengajarkan kami serta memberikan pengetahuan dan wawasan yang

luas.

7. Seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan selama menempuh pendidikan.
8. Teruntuk Bundahara dan Ayahanda tercinta Teti Nursanti dan Cuyung Sayrun serta seluruh keluarga besar. Terima kasih atas segala do'a, bimbingan, motivasi, pengorbanan, dukungan moral mapupun moril serta kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
9. Teruntuk teman-teman PT. Mencari Cinta Sejati (jijeh, farrel, kumis, caca, mput, ndap, sarip) dan teman teman yang diluar dari pada itu (Jose Maria Reyn dirk Kamagi, I Putu Danu Arta, Galih Aditya, Radja Siraj, Agil Ramdan, Alfin Syahrin) yang telah menemani dan berbagi kebahagiaan serta mendengar segala keluh kesah selama berpetualang di kota yang setiap sudutnya istimewa ini.
10. Teman-teman rumah belakang (rb boys13) dan teman-teman PT. Teritori (ceng, ul, sam, pel, dut) terkhusus Bos G yang telah memberikan dukungan, motivasi serta berbagi pengalaman dan kebahagian selama ini.
11. Teruntuk pimpinan cabang, karyawan BSI KCP Majalengka Abdul Halim 2 dan teman-teman PKL yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan kenangan pada penulis.
12. Teman-teman KKN 111 Karangmuncang Kuningan yang telah memberikan pengalaman dan kenangan pada penulis.
13. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga, terkhusus teman-teman Perbankan Syariah 2020 yang mendukung dan berjuang bersama disetiap romantisasi perjalanan perkuliahan ini.
14. Calon ibu dari anak-anak saya kelak.
15. Barisan para mantan penulis dari Ariel Tatum, Felisa Kamiliya, Davina Karamoy, Zee jkt48, Tugba, Raline Shah, hingga Arlida Putri. Maaf jika penulis pernah membuat kalian menangis tetapi kita memang tidak ditakdirkan untuk bersama, semoga kalian bahagia dengan yang lainnya.
16. Seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Landasan Teori	13
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Pengembangan Hipotesis	36
D. Kerangka Penelitian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Populasi dan Sampel	41
C. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	42

D.	Definisi Operasional Variabel	45
E.	Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54	
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B.	Analisis Deskriptif Responden	54
C.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	57
D.	Uji Kualitas Data	59
E.	Hasil Uji Asumsi Klasik	63
F.	Hasil Uji Hipotesis	68
G.	Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86	
A.	Kesimpulan.....	86
B.	Implikasi Penelitian	87
C.	Keterbatasan Penelitian dan Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91	
LAMPIRAN.....	94	



DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Keaslian Penelitian</i>	31
<i>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</i>	54
<i>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....</i>	55
<i>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan</i>	55
<i>Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	56
<i>Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Penghasilan Bulanan</i>	56
<i>Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Data Penelitian</i>	57
<i>Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....</i>	60
<i>Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas</i>	62
<i>Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....</i>	63
<i>Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas</i>	64
<i>Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas</i>	66
<i>Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda</i>	66
<i>Tabel 4. 14 Hasil Uji R²</i>	68
<i>Tabel 4. 15 Hasil Uji F</i>	69
<i>Tabel 4. 16 1 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Literasi Keuangan ..</i>	73
<i>Tabel 4. 17 1 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Pendapatan</i>	77
<i>Tabel 4. 18 1 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Lingkungan Sosial ..</i>	80
<i>Tabel 4. 19 1 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Kesadaran Merek....</i>	83

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Indeks Literasi Keuangan Tahun 2013-2022.....</i>	4
<i>Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian</i>	40



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....</i>	94
<i>Lampiran 2 Hasil Responden.....</i>	105
<i>Lampiran 3 Hasil Olah Data Menggunakan SPSS</i>	120



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Peneliti menggunakan teori perilaku konsumen dengan objek penelitian nasabah yang memiliki rekening aktif BSI di wilayah Kabupaten Majalengka, Jawa Barat. Sampel yang digunakan dengan menggunakan *purposive sampling*, responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan peneliti sendiri dengan jumlah 126 ditentukan berdasarkan rumus Hair. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, yang kemudian dianalisis menggunakan *IBM SPSS Statistic*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kesadaran merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas. Sementara variabel pendapatan dan lingkungan sosial memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas. Diharapkan pada penelitian ini menambah khazanah keilmuan dalam bidang ekonomi terkhusus perbankan serta menjadi bahan masukan dan informasi tambahan bagi perbankan syariah dalam membuat kebijakan.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Pendapatan, Lingkungan Sosial, Kesadaran Merek, Keputusan Nasabah



ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the factors that influence customer decisions in choosing gold installment products at Bank Syariah Indonesia. Researchers use the theory of consumer behavior with the object of research of customers who have active BSI accounts in the Majalengka Regency area, West Java. The sample used purposive sampling, respondents who were selected as sample members based on the researcher's own considerations with the number 126 determined based on Hair's formula. The method used in this research is quantitative, which is then analyzed using IBM SPSS Statistics. The results showed that financial literacy and brand awareness have a positive influence on customer decisions in choosing gold installment products. While the income and social environment variable have a negative influence on customer decisions in choosing gold installment products. It is hoped that this research will add to the scientific treasure in the field of economics, especially banking, and become input and additional information for Islamic banking in making policies.

Keywords: *Financial Literacy, Income, Social Environment, Brand Awareness, Customer Decisions*



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah umumnya sering dipahami sebagai lembaga keuangan dimana bisnis intinya meliputi jasa simpanan, pembiayaan, serta layanan lalu lintas pembayaran (Agustin, 2021). Tentunya kegiatan-kegiatan tersebut harus beroperasi sesuai ketentuan ajaran Islam yang mengacu berdasarkan Al Qur'an dan Hadist. Pembeda mendasar mengenai perbankan syariah dengan perbankan konvensional yang dapat dengan mudah masyarakat pahami yaitu pada bunga bank. Perbankan konvensional menggunakan sistem bunga bank pada seluruh aktivitasnya, sedangkan perbankan syariah tidak menggunakan sistem bunga bank melainkan menggunakan akad bagi hasil. Sejauh ini perbedaan pokok yang tertanam pada masyarakat awam mengenai perbankan konvensional dan perbankan syariah adalah bunga bank (Aulia & Riani, 2022).

Salah satu bank syariah di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki produk pembiayaan yaitu cicil emas. Tabungan masa depan atau investasi dalam bentuk emas telah menjadi favorit bagi banyak orang yang mencari alternatif investasi yang stabil dengan nilai jangka panjang (Lidwina, 2021). Produk cicil emas Bank BSI memungkinkan nasabah atau calon nasabah untuk melakukan investasi yang terjamin dengan sistem yang memungkinkan mereka memperoleh emas atau berinvestasi melalui metode mencicil dengan nilai yang stabil. Bagi generasi milenial, yang sebagian besar sudah bekerja, mereka cenderung

mempertimbangkan masa depan dengan mencari opsi tabungan atau investasi yang aman, terjangkau, dan memiliki nilai yang stabil. Generasi milenial yang memiliki orientasi masa depan biasanya akan mencari informasi terkait tabungan atau investasi yang dianggap baik. Karena itu, penting untuk memberikan perhatian pada minat karena hal ini memegang peran krusial dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah, baik di lembaga keuangan seperti bank maupun non-bank (Hari Subagyo & Wutsqo, 2020).

Bank Syariah Indonesia (BSI) meluncurkan program Hujan Emas pada tahun 2022. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan menarik minat calon nasabah untuk berinvestasi melalui layanan Gadai Emas BSI dan Cicil Emas BSI. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk ini dan menyebarluaskan informasi tentang layanan tersebut.

Setelah peluncuran program Hujan Emas, BSI melihat dampak yang signifikan. Bisnis gadai dan cicil emas PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) mengalami pertumbuhan yang pesat, terlihat dari pertumbuhan *outstanding* pemberian produk tersebut yang mencapai triliunan rupiah. Menurut Anton Sukarna, Direktur *Sales & Distribution* BSI, *outstanding* pemberian gadai dan cicil emas BSI mencapai Rp 5,93 triliun, meningkat sebesar 29,4% dibandingkan tahun sebelumnya.

Lebih lanjut, Anton Sukarna menyatakan bahwa produk ini tidak hanya digunakan sebagai fasilitas pemberian oleh nasabah, tetapi juga sebagai bentuk berinvestasi yang digemari publik. Nasabah bisa mempunyai emas

melalui cicilan bulanan yang harganya pasti, artinya mereka tanpa takut terkena efek fluktuasi harganya. Dengan pelaksanaan inisiatif Hujan Emas BSI, perusahaan berupaya untuk menarik perhatian lebih banyak orang dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai layanan gadai emas dan cicil emas BSI yang berbasis prinsip syariah.¹ Harapannya, program ini dapat mencapai lebih banyak individu dan memberikan pengetahuan lebih luas tentang keuntungan serta dasar-dasar prinsip syariah yang menjadi dasar dari layanan tersebut. Dengan adanya produk cicil emas yang dimiliki BSI, perusahaan perlu mempelajari dan mengevaluasi terkait perilaku konsumen untuk memberikan manfaat atas produk tersebut.

Hanik & Handayani (2014) dalam konteks perilaku konsumen, pengambilan keputusan nasabah dapat dijelaskan sebagai langkah-langkah evaluasi terhadap berbagai pilihan, diikuti dengan pemilihan satu atau lebih alternatif yang sesuai dengan pertimbangan tertentu. Proses pengambilan keputusan juga dianggap sebagai kelanjutan dari cara menyelesaikan masalah dengan berbagai fungsi, termasuk sebagai awal dari segala aktivitas manusia yang disadari dan terarah, baik secara individu maupun kelompok, serta memiliki aspek *futuristic* yang berkaitan dengan masa depan.

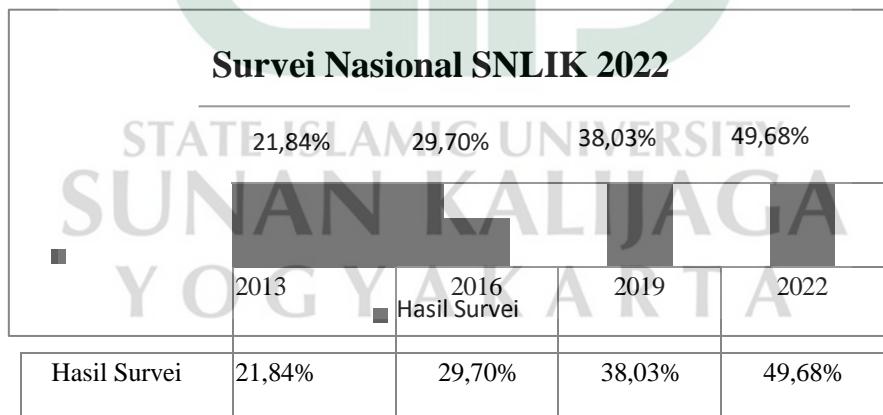
Tujuan pengambilan keputusan nasabah dapat dibagi menjadi tujuan tunggal atau tujuan ganda, sementara unsur-unsur utama dalam pengambilan keputusan mencakup pemahaman terhadap tujuan, identifikasi alternatif,

¹ Astrid Prihatini WD, “BSI Tebar Hadiah Lewat Program Hujan Emas 2022” (<https://bisnis.solopos.com/bsi-tebar-hadiah-lewat-program-hujan-emas-2022-1442834>, diakses pada 29 Agustus 2024).

perhitungan faktor-faktor yang tidak diketahui sebelumnya, dan ketersediaan sarana atau alat untuk mengevaluasi hasil dari keputusan yang diambil (Zaelani, 2022). Salah satu variabel yang berkaitan dengan keputusan penggunaan adalah literasi keuangan.

Pulungan (2017) menyajikan definisi literasi keuangan berupa kecakapan atas pemahaman terkait aspek finansial dan penerapannya dalam bentuk perilaku. Literasi keuangan dianggap sebagai suatu kebutuhan dasar yang penting bagi setiap individu agar dapat menghindari masalah keuangan (Hafizh et al., 2020). Secara keseluruhan, literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan mereka. Tingkat literasi keuangan yang baik membantu individu merasa lebih aman dan nyaman dalam mengelola aspek keuangan mereka.

Gambar 1. 1 Indeks Literasi Keuangan Tahun 2013-2022



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2022

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merilis laporan terkait hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022. Adapun hasilnya memperlihatkan kenaikan indeks literasi maupun inklusi dibanding

pelaksanaan tahun sebelumnya. Berdasarkan data SNLIK 2022, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 85,1%. Angka-angka ini meningkat signifikan dibandingkan capaian SNLIK tahun 2019, dengan indeks literasi keuangan tercatat 38,03% serta inklusi keuangan 76,19% (Bareska.com, 2022). Pengumpulan pendataan SNLIK 2022 dilakukan sejak Juli sampai September 2022 pada 34 provinsi dan melibatkan sebanyak 76 kabupaten/kota. Sebanyak 14.634 responden berumur 15 - 79 tahun diwawancara secara tatap muka menggunakan metode wawancara (OJK, 2022). Peningkatan literasi keuangan penduduk dalam negeri yang menunjukkan peningkatan tiap tahunnya serta minat investasi yang terus meningkat, sebagaimana terlihat pada Gambar 1 (OJK, 2021), menunjukkan pentingnya literasi keuangan dan perilaku keuangan.

Sedangkan Lusardi (2008) menyatakan bahwa perencanaan keuangan yang baik akan dipengaruhi oleh tingkat literasi seseorang. Sementara perencanaan berinvestasi ditentukan sejauh manakah individu mengerti atas dasar prinsip keuangan. Rikziana & Kartini, (2017) melalui risetnya mengungkapkan hal senada dimana ia berkesimpulan jika literasi keuangan sebagai penentu seseorang untuk memutuskan berinvestasi. Kemudian Herawati & Dewi, (2020) menyatakan pula ketertarikan individu akan berinvestasi disebabkan adanya faktor literasi keuangan yang dimilikinya. Hal ini dipertegas lagi oleh Van Rooij dkk. (2011) mengemukakan fakta dimana orang dengan literasi keuangan yang minim cenderung tidak tertarik

berinvestasi, sekalipun melakukannya umumnya atas dasar euforia sejenak. Tindakan keuangan yang didasari rencana dan pengetahuan yang selaras dapat meminimalisir terjadinya kesalahan atas diambilnya putusan. Kondisi tersebut mengindikasikan jika tingkat literasi keuangan individu cenderung meningkat, artinya individu tersebut lebih bijak pula terhadap penetapan langkah investasinya. Pentingnya keputusan finansial sangat berperan dalam mengelola pendapatan.

Maghfiroh (2018) menurutnya pendapatan tidak bisa dianggap remeh dalam menarik minat calon nasabah, karena tingkat pendapatan dapat memengaruhi minat calon nasabah terhadap investasi emas. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka kemampuan untuk melakukan pembelian, termasuk investasi emas, juga semakin tinggi. Sebaliknya, pendapatan yang rendah dapat berdampak negatif pada minat untuk berinvestasi emas. Pendapatan berfungsi sebagai modal bagi calon nasabah, yang kemudian mendorong timbulnya minat untuk terlibat dalam investasi emas. Menurut Mulyadi (2010) beberapa faktor penyebab timbulnya pendapatan di perusahaan diantaranya a) Keadaan dan kapabilitas menjual b) Keadaan pasar c) Permodalan d) Keadaan operasional perusahaan.

Pengaruh lingkungan sosial sangat signifikan dalam mengelola keuangan atau pendapatan. Lingkungan sosial adalah tempat di mana individu atau kelompok berinteraksi dan beraktivitas bersama. Faktor ini memiliki potensi besar, sebanyak 82%, dalam memengaruhi individu atau kelompok untuk mengambil tindakan dan merubah perilaku mereka (Sobaya et al., 2016). Pengaruh lingkungan

sosial dalam memilih emas sebagai alat investasinya juga dipengaruhi beberapa indikator seperti harga emas, yang di kenal sebagai investasi yang terjamin, dapat memenuhi kebutuhan likuiditas, pengaruh status sosial. Masyarakat pun meyakini jika emas mampu terjual sewaktu-waktu untuk mencukupi pemenuhan likuiditas dadakan, masyarakat beranggapan bahwa berinvestasi emas bisa menaikkan status di mata publik, nilai emas bakal jadi tolak ukur seseorang berinvestasi di saat yang dibutuhkan, emas diyakini sebagai instrumen berinvestasi dengan jaminan Thapa & Shah, (2020).

Menurut Rachmawati et al., (2020), upaya untuk meningkatkan kesadaran merek, mempertahankan persepsi kualitas produk, asosiasi merek, dan loyalitas terhadap merek diperlukan untuk meningkatkan keputusan pembelian atau penggunaan konsumen. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa pelanggan tetap ingat merek tersebut dan tidak akan membeli barang lain (Kotler & Armstrong, 2008:115). Kesadaran merek didefinisikan oleh Aaker (2018:90) sebagai kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi atau mengingat bahwa suatu merek termasuk dalam kategori produk tertentu.

Kaller mengatakan yang dimaksudkan sebagai kesadaran merek adalah kecenderungan pelanggan untuk mengingatkan suatu merek, entah kelas produk maupun *brand* terkait (Anik dan Eka, 2018: 192). Sebaliknya, Jacoby mengatakan bahwa kesadaran merek dapat mempengaruhi pilihan pembeli, yang kemudian akan mempengaruhi kekuatan merek di memori (Anik dan Eka, 2018: 192). Adapun komponen kesadaran merek (*brand awareness*) Menurut Etta Maman Sangadji dan Sopiah, banyak faktor mempengaruhi pengambilan

putusan beli para konsumen. Diantaranya faktor internal termasuk persepsi, keluarga, dorongan, keterlibatan, ilmu yang dimiliki, sikap, pelajaran, kelas umur, hingga *lifestyle*; kemudian faktor eksternal termasuk kebudayaan, status sosial, kelompok pertemanan, dan situasional seperti tempat maupun waktunya.

Subjek pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Majalengka, daerah yang memiliki peringkat ke- 22 dalam hal upah minimum di Jawa Barat. Pj Gubernur Jawa Barat, Bey Machmudin, sudah resmi mengumumkan upah minimum atau UMR Majalengka 2024 yang ditetapkan sebesar RP 2.257.871. UMK Majalengka 2024 tersebut naik sekitar Rp 77.000 apabila dibandingkan dengan upah minimum pada tahun 2023 yang ditetapkan sebesar Rp 2.180.602². Hal tersebut menunjukkan situasi ekonomi yang menarik untuk dianalisis. Disamping upah minimum regional, menurut Hasil Survei Nasional Literasi Inklusi Keuangan 2022 menunjukan indeks literasi keuangan masyarakat Jawa Barat memiliki angka sebesar 56,10%, angka tersebut naik dibanding tahun 2019 yang hanya 37,43%³. Hal ini tidak terlepas dari kontribusi seluruh pihak untuk membantu menyampaikan pemahaman kepada masyarakat terkait produk dan jasa keuangan.

² Muhammad Idris, “Info Gaji UMR Majalengka 2024 dan 27 Lainnya Di Seluruh Jabar” (https://money.kompas.com/read/2024/01/17/121435826/info-gaji-umr-majalengka-2024-dan-27-daerah-lain-di-seluruh-jabar?lgn_method=google&google_btn=onetap, diakses pada 29 Agustus 2024).

³ Wildan Pratomo, “Ratusan Kepala Desa di Majalengka Ikuti Peningkatan Literasi Keuangan dan Desa Digital” (<https://www.rri.co.id/keuangan/97892/ratusan-kepala-desa-di-majalengka-ikuti-peningkatan-literasi-keuangan-dan-desa-digital>, diakses pada 29 Agustus 2024).

Dengan mempertimbangkan latar belakang sebelumnya, peneliti tertarik untuk menggabungkan beberapa variabel menjadi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjadikan variabel literasi keuangan, pendapatan, lingkungan sosial dan kesadaran sosial dalam satu kesatuan penelitian. Penelitian ini akan mengkaji peran literasi keuangan, pendapatan, lingkungan sosial dan kesadaran merek sebagai faktor eksternal dalam membentuk keputusan seseorang, sementara keputusan nasabah merupakan variabel terikat yang mempengaruhi keputusan. Dengan subjek penelitian yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia yang ada di Majalengka. Sebagai penelitian ini berjudul “**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK CICIL EMAS DI BANK SYARIAH INDONESIA**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka didapat rumusan masalah dalam penelitian yang dijadikan fokus pembahasan, antara lain:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas bank syariah Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas bank syariah Indonesia?

3. Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas bank syariah Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas bank syariah Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka terdapat tujuan dari penelitian, antara lain;

1. Menguji pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas bank syariah Indonesia.
2. Menguji pengaruh pendapatan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas bank syariah Indonesia.
3. Menguji pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas bank syariah Indonesia.
4. Menguji pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas bank syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritik

Untuk menambah khazanah keilmuan dalam bidang ilmu ekonomi terkhusus lembaga keuangan atau perbankan mengenai pengaruh literasi keuangan, pendapatan, lingkungan sosial dan kesadaran produk terhadap keputusan nasabah produk cicil emas pada nasabah bank syariah.

2. Manfaat Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan informasi tambahan bagi perbankan syariah dalam membuat dalam membuat regulasi atau kebijakan mengenai pengaruh literasi keuangan, pendapatan, lingkungan sosial dan kesadaran produk terhadap keputusan nasabah produk cicil emas pada nasabah bank syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Alur diskusi sistematik memaparkan jalannya pikiran peneliti sejak mula berdiskusi sehingga terbentuknya simpulan final. Berikut adalah skema alur bahasan dalam laporan ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, akan dijelaskan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, serta penelitian-penelitian sebelumnya yang mencakup nama peneliti, judul, variabel, dan hasil penelitian, diikuti dengan hipotesis penelitian dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian, termasuk jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan

data, skala pengukuran, definisi variabel operasional, instrumen penelitian, dan alat analisis yang diterapkan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini, peneliti akan menyajikan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dari seluruh hasil yang telah dikumpulkan dan diteliti, serta memberikan saran untuk perbaikan penelitian di masa mendatang.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada bagian akhir skripsi ini, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil dan saran yang didasarkan pada hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Bahwa variabel literasi keuangan (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas (Y). Dengan demikian, semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki nasabah semakin besar juga terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas . Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukan bahwa nilai variabel pengetahuan investasi sebesar 0,000, yang dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05
2. Bahwa variabel pendapatan (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukan bahwa nilai variabel pengetahuan investasi sebesar 0,441, yang dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Secara parsial variabel pendapatan tidak memiliki pengaruh atau H_2 ditolak terhadap keputusan nasabah.
3. Bahwa variabel lingkungan sosial (X_3) memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas (Y). Hal

tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai variabel pengetahuan investasi sebesar 0,510, yang dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Secara parsial variabel pendapatan tidak memiliki pengaruh atau H3 ditolak terhadap keputusan nasabah.

4. Bahwa variabel kesadaran merek (X4) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai variabel literasi keuangan sebesar 0,000, yang dimana nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Secara parsial variabel kesadaran merek memiliki hasil pengaruh positif atau H4 diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; maka disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “kesadaran merek berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah” **diterima**.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritikal

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas, terdapat implikasi secara teoritis dari segi teori. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi sebagai literatur yang informatif dan ilmiah yang dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh literasi keuangan, pendapatan, lingkungan sosial dan kesadaran merek terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas Bank Syariah Indonesia.

2. Implikasi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah

Strategi perilaku konsumen yang telah diimplementasikan oleh bank syariah Indonesia yang berada diwilayah kabupaten Majalengka sudah cukup baik dalam menarik konsumen untuk membeli produk cicil emas, tetapi Bank Syariah Indonesia yang berada diwilayah kabupaten Majalengka perlu untuk mengevaluasi dan mempertahankan strategi yang sudah dilakukan. Beberapa hal yang telah diimplementasikan oleh pihak Bank terhadap perilaku konsumen diwilayah Kabupaten Majalengka:

1. Bank Syariah Indonesia yang berada diwilayah Kabupaten Majalengka telah merancang program edukasi dan literasi keuangan yang lebih efektif, membantu nasabah memahami manfaat dan risiko dari produk cicil emas. Sehingga dengan pemahaman konsumen yang telah teredukasi dapat menarik keputusan nasabah untuk memilih produk cicil emas.
2. Bank Syariah Indonesia yang berada diwilayah Kabupaten Majalengka membantu lembaga keuangan dalam melakukan segmentasi pasar yang lebih baik, memungkinkan mereka untuk menargetkan kelompok nasabah yang lebih spesifik dengan penawaran yang disesuaikan seperti produk cicil emas.
3. Bank Syariah Indonesia yang berada diwilayah Kabupaten Majalengka mengembangkan dan menyesuaikan produk cicil emas sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah. Misalnya,

penyesuaian dalam skema cicilan, tingkat bunga, atau layanan tambahan yang ditawarkan.

Oleh karena itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi gambaran Bank Syariah Indonesia yang berada diwilayah Kabupaten Majalengka untuk analisis peluang baru untuk dikembangkan melalui variabel-variabel yang diambil peneliti sebagai bahan menarik keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas.

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian yang dilakukan tentunya masih terdapat beberapa keterbatasan yang diharapkan dapat diperbaiki dalam penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Pada wilayah studi yang dipilih peneliti hanya terfokus pada wilayah Kabupaten Majalengka, sehingga generalisasi hasil penelitian hanya berlaku untuk populasi yang berada dalam wilayah tersebut.
2. Hanya menggunakan variabel literasi keuangan, pendapatan, lingkungan sosial dan kesadaran merek untuk menilai dan mengukur keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia.
3. Adanya faktor-faktor eksternal yang tidak teridentifikasi atau dikontrol dalam penelitian ini, yang dapat mempengaruhi hasil tetapi tidak dimasukkan dalam analisis.

Oleh karena itu. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Pertama, diharapkan dengan adanya keterbatasan tersebut dapat menjadi rujukan perbaikan pada penelitian selanjutnya agar bisa menghasilkan penelitian yang lebih baik ke depannya.
2. Responden dapat diperluas lagi tidak hanya di wilayah Kabupaten Majalengka melainkan Se- Jawa Barat ataupun provinsi lainnya.
3. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Sebagai contoh, variabel promosi melalui media sosial dapat ditambahkan sebagai variabel moderasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Ardyansyah, F. (2023). Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2879–2900. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709>
- Agustin, D. P. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Kurs dan Suku Bunga Bank Indonesia dengan Jumlah Uang Beredar, Terhadap Tingkat Inflasi di Indonesia. *Develop: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 33–46. <https://doi.org/10.53990/djep.v2i1.105>
- Aisyah, S., & Satria Wicaksono, R. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1). <https://doi.org/10.30596/aghniya.v2i1.3907>
- Aulia, H., & Riani, W. (2022). Faktor-faktor yang Menentukan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcses.v2i2.4658>
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2019). Reliabilitas dan Validitas. Edisi 4. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2022). *Metode Penelitian Psikologi*. Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple*.
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran (1st ed.). Deepublish.
- Hafizh, M., Hidayah, N., & Silalahi, P. R. (2020). Macroeconomics And Profit Sharing Financing In Islamic Banking In Indonesia: The Third Parties Fund As Intervening. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 8(2), 131–147. <https://doi.org/10.35836/jakis.v8i2.183>
- Hanik, S. U., & Handayani, J. (2014). *Keputusan Nasabah dalam Memilih Perbankan Syariah*. 22(2).
- Hari Subagyo, W., & Wutsqo, U. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibinong). *Economicus*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.47860/economicus.v12i1.139>
- Hartini, K., & Inggriani, I. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Taqsith. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 94. <https://doi.org/10.29300/aij.v6i1.2861>
- Hidayah, L., & Prabawani, B. (n.d.). *Pengaruh Suku Bunga, Pelayanan dan Kesadaran Merek (Brand Awareness) Terhadap Keputusan Pengambilan KPR (Studi Pada Nasabah Pt Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Semarang)*.

- Kumala, & Khovifa Nur. (2023). *Persepsi Risiko dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Dimoderasi dengan Media Sosial*. Vol 11.
- Nadhea, suhar, & Martaliah. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Bank Riau Kepri Syariah*. 5.
- Maghfiroh, S. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat*. 7.
- Malau, Harman. (2017). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta.
- Mulyadi. Sistem Akuntansi, Edisi ke-3, Cetakan ke-5. Penerbit Salemba. Empat, (2010, hal.127) (dapus dari faktor2 pendapatan)
- Pratiwi, A. I., Indriani, E., & Kartikasari, N. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1(2), 243–256. <https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1123>
- Pulungan, D. R. (2017). Literasi Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Medan. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 17(1), 56–61. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v17i1.1180>
- Rachmawati, S. D., Andjarwati, A. L., & Ketintang, J. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan)*.
- Roisiyat, & Raudatun Nisa, R. (2021). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Wadiah pada Koperasi Simpan Pinjam. *Ad Diwan*, 1(1), 28–34. <Https://Doi.Org/10.51192/Ad.V1i01.135>
- Safitri, L. A. (2021). *Pengaruh Herding, Pendapatan dan Usia Terhadap Keputusan Investasi pada Emas*. 16.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi. (Kesadaran Merek)
- Subramanyam, K. R., & Wild, J. J. (2014). Analisis Laporan Keuangan ; Financial Statement Analysis, Edisi 10, Buku 1. (D. Yanti, Penerj.) Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarso, A. (2018). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli di CV.Panda Bakery* [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/vkjs4>
- Syahrial, S., Raharja, S., & Pramudya, B. (2023). Faktor-Faktor Dalam Literasi Keuangan Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Investasi Emas Pelaku UMKM di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 17(2), 43–50. <https://doi.org/10.29244/mikm.17.2.43-50>
- Yogi, G. A., & Basir, G. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia LCP Pulau Punjung Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(2), 222–231. <https://doi.org/10.55903/juria.v2i2.82>