

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas di Pegadaian Syariah

Yuslaidar Yusuf¹ , Maya Agustina¹, Almira Sabrina Husni¹, Aida Fitri¹

¹Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, Banda Aceh, Indonesia

 yuslaidar.yusuf@unmuha.ac.id

 <https://doi.org/10.30601/humaniora.v%vi%i.6317>

Published by Universitas Abulyatama

Abstract

Artikel Info

Submitted:

08-03-2025

Revised:

30-03-2025

Accepted:

30-04-2025

Online first :

30-04-2025

Indonesia's economic growth is inextricably linked to the development of both the financial and real sectors. Investment is fundamentally defined as the postponement of current consumption to achieve potential future benefits, a process inherently accompanied by uncertainty and risk. As a result, this delay necessitates adequate compensation, commonly referred to as investment returns or gains. The purpose of this study was to analyze the influence of factors that influence Public Interest in Gold Investment at Pegadaian Syariah. The risk factors that are the objects of research include Interest, Promotion, Service Quality. The population in this study is the people of Banda Aceh City, this type of research uses a quantitative method, the population in this study is the entire community in Banda Aceh, the sample collection technique in this study is by direct observation of the questionnaire using multiple linear regression analysis, Based on the results of the analysis and conclusions that have been put forward, that there is a positive relationship between promotion, service quality and public interest. This proves that promotion and service quality are one of the factors that can determine public interest in investing in gold at Pegadaian Syariah.

Keywords: Interest, Promotion, Service Quality risk

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak terlepas dari sektor keuangan dan sektor riil. Investasi merupakan suatu bentuk penundaan konsumsi di masa sekarang untuk masa yang akan datang, yang didalamnya terdapat risiko ketidakpastian dan untuk itu dibutuhkan suatu kompensasi atas penundaan tersebut yang dikenal dengan istilah keuntungan dari investasi atau gain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Investasi Emas di Pegadaian Syariah. Investasi merupakan suatu bentuk penundaan konsumsi di masa sekarang untuk masa yang akan datang, yang didalamnya terdapat risiko ketidakpastian dan untuk itu dibutuhkan suatu kompensasi atas penundaan tersebut yang dikenal dengan istilah keuntungan dari investasi atau gain. Salah satu investasi yang aman dan juga ditawarkan oleh Lembaga – Lembaga keuangan lainnya yaitu Emas. Adapun faktor-faktor risiko yang menjadi objek penelitian diantaranya adalah Minat, Promosi, Kualitas pelayanan. Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kota Banda Aceh, jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Banda Aceh teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah dengan cara langsung observasi kuesioner menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara promosi, kualitas pelayanan dengan minat masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa promosi dan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan minat masyarakat untuk melakukan investasi emas di Pegadaian Syariah.

Kata kunci: Minat, Promosi, kualitas Pelayanan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak terlepas dari sektor keuangan dan sektor riil. Sektor keuangan akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui akumulasi modal. Sektor keuangan mampu memobilisasi tabungan dan menyalurkannya kepada pihak-pihak yang membutuhkan dalam bentuk kredit. Jika yang disalurkan merupakan kredit usaha maka akan meningkatkan investasi pada sektor riil dan selanjutnya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Hariyanti 2019).

Kondisi perekonomian Indonesia yang masih kurang baik menimbulkan ketimpangan ekonomi, tingkat kemiskinan dan pengangguran yang angkanya masih sangat tinggi. Selain itu, pendapatan perkapita yang masih rendah juga menjadi salah satu penyebab pertumbuhan ekonomi yang belum membaik. Dengan permasalahan – permasalahan ekonomi yang terjadi saat ini, menyebabkan munculnya lembaga – lembaga keuangan lainnya untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut (Imanto, Panorama, and Sumantri 2020) .

Investasi merupakan suatu bentuk penundaan konsumsi di masa sekarang untuk masa yang akan datang, yang didalamnya terdapat risiko ketidakpastian dan untuk itu dibutuhkan suatu kompensasi atas penundaan tersebut yang dikenal dengan istilah keuntungan dari investasi atau gain. Salah satu investasi yang aman dan juga ditawarkan oleh Lembaga – Lembaga keuangan lainnya yaitu Emas. Berinvestasi emas memiliki resiko yang kecil dibanding berinvestasi dalam asset yang lain. Kelebihan investasi emas antara lain: 1) emas bersifat likuid atau mudah dijual kembali dan emas juga dapat dijadikan jaminan atau collateral. 2) Dengan berinvestasi emas diharapkan untuk memperoleh capital gain atau peningkatan nilai investasi. 3) Dengan berinvestasi emas nilai aset anda akan terlindungi dari inflasi ataupun deflasi. 4) Emas merupakan aset yang berada di luar sistem perbankan (Zaniarti and Novita 2017).

Pegadaian Syariah adalah lembaga keuangan non-bank milik pemerintah yang berhak memberikan pembiayaan kepada masyarakat atas dasar hukum gadai yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadis serta Peraturan Perundang-Undangan yang berhubungan dengan Pegadaian Syariah. Pegadaian Syariah merupakan Perusahaan Perseroan (Persero) sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Pegadaian syariah yang dibentuk untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang mengharapkan adanya pelayanan pinjam meminjam yang bebas dari unsur

riba, maysir, dan gharar yang diharamkan oleh syariat islam dapat dilihat dari pembuatan serta pelaksanaan akad gadai yang ada di pegadaian syariah. (Safitri and Wati 2023).

Minat adalah suatu hal yang bersumber dari perasaan yang berupa kecenderungan terhadap suatu hal sehingga menimbulkan perbuatan-perbuatan atau kegiatan-kegiatan tertentu. Minat merupakan daya tarik nasabah yang mempunyai keinginan untuk melakukan kegiatan tertentu (Syarif&Asroi, 2013). Pengetahuan masyarakat berperan penting dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi dalam bentuk emas. Hal ini dikarenakan pengetahuan diperlukan sebagai bahan pertimbangan dalam memilih emas yang ditawarkan oleh pegadaian syariah. Pengetahuan seseorang dapat diperoleh melalui informasi yang diberikan oleh pegadaian syariah melalui media seperti media cetak, media sosial, pamflet, dan bisa juga melalui pengalaman seseorang, tujuannya adalah untuk menarik minat calon nasabah dalam melakukan investasi emas di Pegadaian Syariah Banda Aceh. Pendapatan tidak kalah penting untuk menarik minat calon nasabah, karena pendapatan bisa mempengaruhi minat calon nasabah terhadap investasi emas. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan semakin tinggi daya beli seseorang, begitu juga sebaliknya. Pendapatan merupakan modal bagi calon nasabah untuk melakukan investasi emas, dengan memiliki modal maka akan timbul minat untuk berinvestasi emas. (Puspita Sari and Azzafira 2021)

KAJIAN PUSTAKA

Minat

Minat merupakan keadaan dimana hati memiliki tingkat kecenderungan yang tinggi terhadap hal sesuatu. Sedangkan dari sudut pandang umum, pengertian minat ialah bentuk afeksi terhadap sesuatu yang memuat unsur perasaan. Minat sendiri muncul karena adanya dorongan yang ada pada diri manusia pada suatu objek. Misalnya minat terhadap pelajaran, hobi dan lain-lain, minat sendiri bersifat personal (individual) yang artinya setiap diri akan memiliki minat yang berbeda dengan diri yang lain (Suci and Fahlevi SI 2023).

Menurut minat merupakan keadaan dimana seseorang memiliki sumber motivasi untuk memilih dalam keadaan yang bebas memilih. Loudon memberikan pernyataan bahwa minat adalah hasil dari pemikiran atau keputusan seseorang setelah melihat spesifikasi pada suatu produk ataupun jasa, serta memiliki keinginan untuk mencoba memenuhi kebutuhannya. Dalam bentuk praktiknya calon konsumen akan menimbang kembali tentang produk tersebut dan akhirnya akan memilih produk tersebut untuk pemenuhan kebutuhan

sekaligus keinginannya. Jika dikaitkan dengan kasus ini, adanya berbagai manfaat yang dimiliki oleh investasi emas membuat calon konsumen memilih langkah tersebut untuk menjadikannya sebagai bentuk pengelolaan keuangannya dengan tujuan untuk memperoleh manfaat dalam jangka pendek maupun jangka Panjang. (Rahma and Canggih 2021)

Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkaca mata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik di kejauhan. Tak seorang pun yang tahu apa yang dilakukan pria tersebut, selain dirinya sendiri. (Radji and Kasim 2020).

Promosi dilakukan dengan mengkombinasikan beberapa elemen promosi yang dikenal dengan bauran promosi (promotion mix). Bauran promosi yang juga disebut bauran komunikasi atau bauran komunikasi pemasaran (marketing communication mix), yakni paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasive dan membangun hubungan pelanggan (Haque-fawzi et al. 2022)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan publik dipengaruhi oleh kepemimpinan dan juga motivasi kerja. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata pelayanan berarti pelayanan yang dilakukan sebagai upaya untuk melayani kebutuhan seseorang, disisi lain melayani merupakan kegiatan membantu mengurus hal yang dibutuhkan orang lain. pelayanan yaitu suatu rangkaian kegiatan yang sifatnya kasat mata disebabkan oleh akibat dari interaksi antara pelanggan dan pegawai atau lainnya yang difasilitasi oleh instansi yang memberikan pelayanan guna membantu memecahkan masalah yang dimiliki oleh pelanggan atau pengguna jasa. Sedangkan kualitas pelayanan adalah tolak ukur dari karakter produk dari layanan jasa yang mampu membuat pelanggan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi (Syahrin 2020). Kualitas pelayanan merupakan cara atau strategi yang diterapkan pada perusahaan untuk lebih meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan perusahaan. kualitas pelayanan yang

berkualitas dan akan memberikan kepuasan pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pelanggan (Apriliana and Sukaris 2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh. Objek penelitian adalah minat, promosi dan kualitas pelayanan pada masyarakat yang melakukan minat pembelian emas di Banda Aceh.

Desain Penelitian

Desain penelitian ini berawal dari masalah yang bersifat kuantitatif dan membatasi permasalahan yang ada rumusan masalah. Rumusan masalah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan, selanjutnya peneliti menggunakan teori untuk menjawabnya. (Adebiyi, J. & Abayomi 2020) menyatakan bahwa desain penelitian merupakan suatu proses menemukan jawaban pasti atas pertanyaan dalam sebuah penelitian. Sedangkan Nazir (2014), menjelaskan desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok individu, kejadian, atau objek yang menjadi fokus penelitian dan yang ingin diinvestigasi oleh peneliti ((Indriantoro dan Supomo 2018). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan minat pembelian emas di Banda Aceh dengan jumlah yang tidak diketahui (tak terhingga)

Sampel

Menurut (Sugiyono 2017) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun kriteria sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang tidak terhingga Banda Aceh dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana :

z = tingkat distribusi normal pada tingkat signifikan 5% = 1.96

n = besar sampel

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

maka sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3.8416}{0.04}$$
$$n = 96.04$$
$$n = 96$$

Dari hasil rumus di atas maka pengambilan sampel sebesar 96 responden yang menggunakan teknologi AI di Kota Banda Aceh. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Menurut (Sugiyono 2017), *Accidental Sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Teknik ini biasanya dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar. Keuntungan dari pada teknik ini adalah terletak pada ketepatan peneliti memilih sumber data sesuai dengan variabel yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Menurut (Priadana, S., & Sunarsi 2021) Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS (statistic package for social science), teknik analisis data meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas dan uji asumsi klasik. Sementara itu pengaruh hubungan antara variabel digunakan analisis regresi berganda dengan menghitung koefisien determinan, melakukan uji t dan uji F. Adapun persamaan model regresi berganda dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$(Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e)$$

Keterangan:

Y = Minat

a = Konstanta

b = Parameter Regresi

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Promosi

e = Error Term

Pengujian Data

Pengujian Validasi

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kebenaran suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan benar apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara nyata. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu dengan menggunakan uji Pearson Product-Moment Coefisient of Corelation dengan bantuan program SPSS, dengan tingkat signifikansi 95%. (Sugiyono 2017)

Pengujian Realibilitas

Kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dapat diuji reliabilitasnya dengan melakukan uji reliabilitas terhadap alat tersebut. Nilai korelasi item-total diperiksa selama uji reliabilitas untuk penyelidikan. Dengan membandingkan setiap item dengan pengukuran keseluruhan, dikurangi item yang bermasalah, korelasi item-total mengevaluasi konsistensi internal alat ukur. Suatu item secara teoritis dapat digunakan dalam alat ukur jika korelasi item-totalnya lebih besar dari 0,20 (Murti 2016).

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut: Nilai Probalitas > 0.05 , maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Nilai Probalitas < 0.05 , maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal. (Ghozali 2016)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. (Ghozali 2016)

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas . (Ghozali 2016)

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan dengan menggunakan uji F (Ftes) dan secara partial dengan menggunakan uji T (t-tes) masing-masing pada tingkat keyakinan (convidend interval) 95%.

Uji T

Uji T Menurut (Sugiyono 2017) uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara parsial atau individu pengaruh promosi(X1), dan Kualitas pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan (Y)

Uji F

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara simultan atau secara bersama-sama antara variabel promosi(X1), dan Kualitas pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan (Y) (Sugiyono 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Peneitian

Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara stastitik, yaitu dengan menggunakan uji pearson product- moment coefficien of correlation dengan bantuan SPSS. Semua pernyataan mempunyai nilai korelasi diatas nilai kritis 5 % yaitu di atas 0,198, sehingga pernyataan-pernyataan tersebut adalah signifikan dan memiliki validitas. Atau dalam bahasa statistik terdapat konsistensi (internal consistence) yang berarti pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama. Ini berarti data yang diperoleh adalah valid.

Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian Reliabilitas dilakukan dengan internal consistency atau derajat ketepatan jawaban. Untuk pengujian ini digunakan Statistical Packaged for Social Sciences (SPSS)

Tabel 1. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No.	Nama	Nilai Alpha	Keterangan
1	Minat (Y)	0,856	Handal
2	Promosi (X ₁)	0,806	Handal
3	Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,935	Handal

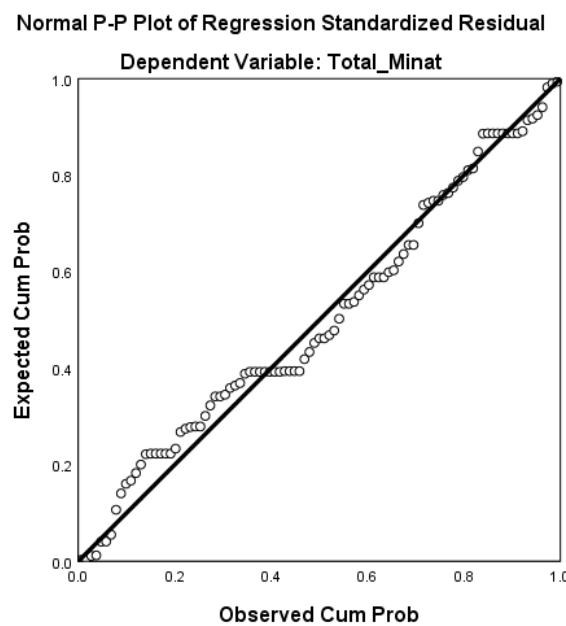
Sumber Data Primer diolah Tahun 2024

Hasil uji Reliabilitas dapat dilihat dari nilai cronbach Alpha, nilai cronbach alpa reliabilitas yang baik adalah yang makin mendekati 1, Reliabilitas yang kurang dari 0,60 adalah

kurang baik, sedangkan lebih dari 0,60 dapat diterima dan reliabilitas dengan cronbach alpha 0,80 atau diatasnya adalah baik. Dari hasil pengujian reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas. Berdasarkan pengujian reliabilitas dari instrumen, diketahui bahwa hasil pengujian variabel kualitas pelayanan promosi seluruhnya adalah reliabel karena melebihi dari 0,60.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseputar garis diagonal.



Gambar 1 Normalitas

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk Menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah melihat nilai Variance Inflation Faktor (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Nama	Toleran	VIF	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,594	1,682	Non multikolinearitas
2	Promosi	0,594	1,682	Non multikolinearitas

Sumber Data Primer diolah Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 2 maka menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai Tolerance yang kurang dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis menyatakan bahwa promosi(X_1) dan kualitas pelayanan(X_2) berpengaruh terhadap kualitas pelayanan syariah di Hotel Grand Permata Hati Banda Aceh. Model yang digunakan untuk menduga pengaruh tersebut adalah:

Tabel 3. Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

No	Nama	β	Standar Error	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig
1	Constanta	5,518	1,294	4,266	2,003	0,000
2	Promosi (X_1)	0.359	0,116	3,093	2,003	0,003
3	Kualitas Pelayanan (X_2)	0,386	0,079	4,906	2,003	0,000

Sumber Data Primer diolah Tahun 2024

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat pada investasi emas di Pegadain Syariah di Banda Aceh digunakan uji Statistik t (uji t). Apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji Simultan (uji F)

Untuk menguji pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kualitas pelayanan syariah digunakan uji Statistik F (uji F). Apabila nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil uji secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Anova

No	Model	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig
1	Regresi	367.064	2	183.532	2,704	0,000
2	Sisa	387.184	94	4.119		
3	Total	754.247	96			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi(X1) Kualitas pelayanan(X2)

Sumber Data Primer diolah Tahun 2024

HASIL PEMBAHASAN

Pengaruh Langsung Promosi Terhadap minat nasabah pada investasi emas di Pegadaian Syariah

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli emas di Banda Aceh. Dari hasil penelitian yang diperoleh dari uji koefisien korelasi berganda, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel promosi dan minat beli emas. Dan untuk hasil analisis regresi linear berganda terdapat hubungan kausal antara variabel promosi terhadap minat. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung promosi terhadap minat nasabah pada investasi emas di Pegadaian Syariah, diperoleh nilai t hitung untuk variabel promosi sebesar 4,266 pada probabilitas 0,000. Sementara nilai t tabel pada tingkat kesalahan 5% adalah 2,629. Dengan demikian t hitung $> t$ tabel sehingga H_a dapat diterima kebenarannya, artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada investasi emas di Pegadaian Syariah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nabila and Puspita 2024) yang menyatakan bahwa bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh pada minat bertransaksi masyarakat dalam pembiayaan murabahah cicilan emas. Hal ini juga konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Maharani 2020) menguji pengaruh promosi dan fluktuasi harga emas terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas. Hal ini juga konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Safitri and Wati 2023) menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Di Pegadaian Cabang Tomohon

Pengaruh Langsung Kualitas pelayanan minat nasabah pada investasi emas di Pegadaian Syariah

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli emas di Banda Aceh. Hasil ini berarti menunjukkan juga bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dialami maka akan semakin banyak pula yang akan memutuskan untuk membeli emas. Dari hasil penelitian yang diperoleh dari uji koefisien korelasi berganda, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Dan untuk hasil analisis regresi linear berganda terdapat hubungan kausal antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada investasi emas di Pegadaian Syariah diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,093 pada probabilitas 0,003. Sementara nilai t tabel pada tingkat kesalahan 5% adalah 2,629. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_{a2} dapat diterima kebenarannya, artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap investasi emas di Pegadaian Syariah.

Berdasarkan hasil di atas dapat diuraikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan seorang atasan, maka semakin baik pula kualitas pelayanan karyawannya. Hal ini dapat dilihat dari dukungan yang diberikan oleh semua staf kepada setiap tamu bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada setiap tamu yang datang. Kemudian persepsi karyawan terhadap kualitas pelayan kepada konsumen masih harus ditingkatkan dimasa yang akan datang. Karyawanpun memiliki harapan agar pelayanan yang diberikan dapat diterima dengan baik oleh setiap konsumen. Karyawan juga selalu memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan dan yang dipersepsikan oleh konsumen ditambah dengan adanya peningkatan pelayanan serta memberikan solusi dari setiap masalah yang muncul. Selain itu, pelayanan yang berhubungan dengan proses pengiriman dilakukan dengan menggunakan armada khusus.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rinaldi, Samsir, and Widayatsari 2022) menunjukkan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Melalui Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian. Hal ini juga ditambah oleh penelitian yang dilakukan oleh (Pratama, Putri, and Suwarni 2023) menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih,

dan Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Kota Bandar Lampung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada investasi emas di Pegadaian Syariah.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada investasi emas di Pegadaian Syariah.
3. Promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada investasi emas di Pegadaian Syariah.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Bagi pihak Pegadaian Syariah, diharapkan dapat meningkatkan promosi dan juga meningkatkan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat mencapai kesuksesan serta masyarakat/nasabah pegadaian merasa puas untuk menggunakan produk-produk dan jasa yang ada.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel yang dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi emas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebiyi, J. & Abayomi, T. O. 2020. "Research Design: A Review of Features and Emerging Developments." *European Journal of Business and Management* 8 Nomor 11: 113–18.
- Apriliana, Apriliana, and Sukaris Sukaris. 2022. "Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara." *Jurnal Maneksi* 11(2): 498–504.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Univ. Diponegoro Press.
- Haque-fawzi, Marissa Grace et al. 2022. Pascal Books *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori Dan Implementasi*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>.
- Hariyanti, Dini. 2019. "Analisis Pembangunan Sektor Keuangan Pada Sektor Jasa Di

- Indonesia." *Media Ekonomi* 26(1): 25–38.
- Imanto, Rahmat, Maya Panorama, and Rinol Sumantri. 2020. "Pengaruh Pengangguran Dan Kemiskinan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sumatera Selatan." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 11(2): 118.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Maharani, Nine Septa. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas." *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 2(2): 80.
- Murti, B. 2016. *Validitas Dan Reliabilitas Pengukuran*. Universitas Sebelas Maret.
- Nabila, Nabila, and Puspita Puspita. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembiayaan Murabahah Cicilan Emas (Studi Pada Bank Xyz)." *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics* 2(1): 369–78.
- Pratama, Anton, Almira Devita Putri, and Emi Suwarni. 2023. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Kota Bandar Lampung." *Journals of Economics and Business* 3(1): 1–8.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st Ed., V. In Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Puspita Sari, Juli Dwina, and Sayyidah Azzafira Azzafira. 2021. "Analisis Pengaruh Pendapatan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas Di Pegadaian Syariah." *Jurnal Investasi Islam* 6(2): 95–117.
- Radji, Djoko Lesmana, and Sagita Kasim. 2020. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo." *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 4(1): 17.
- Rahma, Aldra Puspita, and Clarashinta Clara Canggih. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4(2): 98–108.
- Rinaldi, Yosef, Samsir Samsir, and Any Widayatsari. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Melalui Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian." *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 5(1): 1.
- Safitri, Novita Dwi, and Asiah Wati. 2023. "Analisis Perkembangan Pegadaian Syariah Di Indonesia." *Muàsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 5(1): 22–32.
- Suci, Agnes Alfionita Eka, and Mirdha Fahlevi SI. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda Terhadap Keputusan Berinvestasi Emas Pada Bank Syariah

- Indonesia." *Jurnal Sains Riset* 13(1): 103–12.
- Sugiyono, P.D. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syahrin. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Di Kecamatan Kampar." *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*. 6 Nomor 2: 33–45.
- Tri Rachmawan, Padmayuda, and Dwi Nita Aryani. 2020. "Kepemimpinan Spiritual Dan Reward Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kualitas Kehidupan Kerja Dan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervenin." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 21(2): 136–48.
- Zaniarti, Sri, and Fransisca Novita. 2017. "Perilaku Investor Galeri Investasi Bei Dengan Ab Mitra Sinarmas Sekuritas Jawa Barat." *Modus* 29(2): 176–200.