

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Laporan Penelitian

1. Profil Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Cempaka Banjarmasin

Indonesia terkenal akan mayoritas masyarakat yang beragama Islam, yang mana terhitung proporsi penduduk muslim di Indonesia mencapai 87,2% (Laman Resmi Republik Indonesia • Portal Informasi Indonesia). Tentunya hal ini menjadi potensi yang besar bagi industri keuangan syariah untuk kedepannya dalam menghidupkan gairah industrinya serta meningkatkan kondisi keuangan yang ada. Harapan ini bisa terjadi jika adanya keinginan untuk menumbuhkan sinergi baru terutama bagi pemegang kebijakan dan juga adanya kesadaran dari masyarakat untuk transaksi-transaksi yang halal sesuai dengan prinsip syariah. Termasuk didalamnya adalah bank syariah yang akan memiliki peran yang membantu menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Bank syariah berperan penting sebagai fasilitator dalam kegiatan perekonomian ekosistem sektor halal. Selama tiga dekade terakhir, bisnis perbankan syariah di Indonesia telah mengalami ekspansi dan perkembangan yang signifikan. Inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan semuanya menunjukkan tren yang baik dari tahun ke tahun. Bahkan, jumlah Bank Syariah yang melakukan semangat aksi korporasi pun semakin

meningkat. Tak terkecuali bank syariah milik bank-bank BUMN seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Sejarah penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu kesatuan bernama Bank Syariah Indonesia (BSI) dimulai pada tanggal 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H (Tentang Kami - Informasi Perusahaan | Bank Syariah Indonesia, n.d.). Penggabungan ini akan menggabungkan kekuatan ketiga bank syariah tersebut sehingga dapat memberikan layanan yang lebih lengkap sekaligus memperluas jangkauan dan kapasitas keuangannya. Kemudian, dengan sinergi perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia terpacu untuk bersaing secara global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan upaya untuk membangun Bank Syariah kebanggaan nasional yang diproyeksikan menjadi energi baru bagi pembangunan perekonomian nasional dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. (Tentang Kami - Informasi Perusahaan | Bank Syariah Indonesia, t.t.). Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin), dengan meningkatkan kualitas serta mengefektifitaskan produk-produk BSI dengan cara marketing dapat mencapai target yang dibutuhkan. Oleh karena itu, dengan kehadiran Bank Syariah Indonesia dapat memberikan kemudahan bertransaksi secara syariah dalam menunjang kebutuhan sehari-hari

Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka beralamat di Jl. Niaga Utara No.7, Kertak Baru Ilir, kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan
 Telpon kantor : 083175762484 Kode Pos : 70234 ini awalnya merupakan Bank Syariah Mandiri KCP Pasar Cempaka

2. Visi & Misi Bank Syariah Indonesia

Visi

“ Top 10 Global Islamic Bank”

Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia (Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025)
 - 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham (Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2))
 - 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia (Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja)
- ## 3. Karakteristik Responden
- 1) Usia

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

X1.1	0	0%	8	8,2%	10	10,2%	72	73,5%	8	8,2%	98	100%
X1.2	0	0%	3	3,1%	3	3,1%	77	78,6%	15	15,3%	98	100%
X1.3	6	6,1%	5	5,1%	26	26,5%	50	51,0%	11	11,2%	98	100%
X1.4	0	0%	0	0%	44	44,9%	42	42,9%	12	12,2%	98	100%
X1.5	0	0%	0	0%	11	11,2%	72	73,5%	15	15,3%	98	100%
X1.6	0	0%	3	3,1%	4	4,1%	70	71,4%	21	21,4%	98	100%
X1.7	0	0%	0	0%	0	0%	77	78,6%	21	21,4%	98	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan dengan beberapa pernyataan sebagai berikut yaitu:

- 1) Variabel promosi (X1) pada Item X1.1 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 72 responden atau 73,5 %, yang mana responden Setuju dengan responden mengetahui produk cicil emas di BSI karena iklan yang ada di media cetak maupun elektronik.
- 2) Item X1.2 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 77 responden atau 78,6%, pada artinya dapat kita ketahui responden menyetujui bahwasanya responden mengetahui produk cicil emas melalui presentasi langsung dan brosur dari BSI.
- 3) Item X1.3 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 50 responden dengan persentase 51,0% yang mana responden menyetujui bahwasanya responden mengetahui produk cicil emas di BSI karena adanya iklan isu yang beredar di masyarakat.

- 4) Item X1.4 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Kurang Setuju” sejumlah 44 responden dengan persentase 44,9% yang mana responden kurang menyetujui bahwasanya Pihak BSI melakukan berbagai promosi secara maksimal seperti mengadakan event atau gerai.
 - 5) Item X1.5 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 72 responden dengan persentase 73,5% yang mana responden menyetujui bahwasanya pihak BSI mampu mempengaruhi nasabah untuk tetap menggunakan produk kepemilikan emas.
 - 6) Item X1.6 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 70 responden dengan persentase 71,4% yang mana responden menyetujui bahwasanya responden mengetahui produk cicil emas karena adanya sampel yang ada di BSI.
 - 7) Item X1.7 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 77 responden dengan persentase 78,6% yang mana responden menyetujui bahwasanya promosi yang dilakukan BSI pada produk cicil emas (kepemilikan emas) memudahkan nasabah untuk mengenal produk tersebut.
- b) Variabel Fluktuasi Harga Emas (X2)

Tabel 4.3

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Fluktuasi Harga

Emas (X2)

	Alternatif Jawaban
--	---------------------------

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0%	4	4,1%	6	6,1%	62	63,3%	26	26,5%	98	100%
X2.2	1	1,0%	4	4,1%	8	8,2%	49	50,0%	36	36,7%	98	100%
X2.3	9	9,2%	16	16,3%	46	46,9%	25	25,5%	2	2,0%	98	100%
X2.4	7	7,1%	17	17,3%	42	42,9%	29	29,6%	3	3,1%	98	100%
X2.5	0	0%	0	0%	7	7,1%	63	64,3%	28	28,6%	98	100%
X2.6	31	31,6%	23	23,5%	22	22,4%	19	19,4%	3	3,1%	98	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan dengan beberapa pernyataan sebagai berikut yaitu:

- 1) Variabel Fluktuasi Harga Emas(X2) pada Item X2.1 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 62 responden atau 63,3 %, yang mana responden Setuju dengan ketika harga emas turun responden cenderung membelinya.
- 2) Item X2.2 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 49 responden atau 50,0%, pada artinya dapat kita ketahui responden menyetujui bahwasanya ketika harga emas naik responden cenderung menjual emas nya.
- 3) Item X2.3 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Kurang Setuju” sejumlah 46 responden dengan persentase 46,9% yang mana responden menyetujui bahwasanya

Y.1	0	0%	0	0%	0	0%	72	73,5%	26	26,5%	98	100%
Y.2	0	0%	0	0%	0	0%	67	68,4%	31	31,6%	98	100%
Y.3	0	0%	0	0%	5	5,1%	70	71,4%	23	23,5%	98	100%
Y.4	0	0%	1	1,0%	9	9,2%	70	71,4%	18	18,4%	98	100%
Y.5	0	0%	1	1,0%	17	17,3%	66	67,3%	14	14,3%	98	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan dengan beberapa pernyataan sebagai berikut yaitu:

- 1) Variabel Keputusan Nasabah (Y) pada Item Y.1 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 72 responden atau 73,5%, yang mana responden memutuskan untuk investasi emas di BSI melalui produk cicil emas karena prosedur yang mudah dan aman.
- 2) Item Y.2 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 67 responden atau 68,4%, pada artinya dapat kita ketahui responden memutuskan investasi emas di BSI melalui produk BSI cicil emas karena sesuai dengan prinsip syariah dan prosedurnya mudah.
- 3) Item Y.3 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 70 responden dengan persentase 71,4% yang mana responden menyetujui bahwasanya responden berminat mengajak kerabat untuk melakukan cicil emas di BSI karena menguntungkan.

- 4) Item Y.4 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” ” sejumlah 70 responden dengan persentase 71,4% yang mana responden menyetujui bahwasanya responden berminat investasi emas di BSI karena responden pernah ditawarkan produk cicil emas oleh karyawan BSI.
- 5) Item Y.5 dari total 98 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “Setuju” sejumlah 66 responden dengan persentase 67,3% yang mana responden menyetujui bahwasanya responden berminat investasi cicil emas BSI karena responden pernah mencari informasi mengenai investasi emas.
5. Uji Instrumen Penelitian
- 1) Uji Validitas

Uji validitas ini memiliki tujuan yakni melakukan pengukuran kevalidan item dalam kuesioner yang digunakan. Item pernyataan disebut valid apabila nilai *Product Moment Pearson* dengan ketentuannya yakni $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana $df = n-2$ dengan signifikansi 0,05 dan sejumlah 30 responden maka nilai r_{tabel} $df = 30-2 = 28$ sehingga $r_{tabel} = 0,374$.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	X1.1	0,707	0,374	Valid
	X1.2	0,520	0,374	Valid

<i>Promosi (X1)</i>	X1.3	0,795	0,374	Valid
	X1.4	0,648	0,374	Valid
	X1.5	0,531	0,374	Valid
	X1.6	0,496	0,374	Valid
	X1.7	0,529	0,374	Valid
<i>Fluktuasi Harga Emas (X2)</i>	X2.1	0,707	0,374	Valid
	X2.2	0,678	0,374	Valid
	X2.3	0,450	0,374	Valid
	X2.4	0,395	0,374	Valid
	X2.5	0,655	0,374	Valid
	X2.6	0,427	0,374	Valid
<i>Keputusan Nasabah</i>	Y.1	0,655	0,374	Valid
	Y.2	0,547	0,374	Valid
	Y.3	0,733	0,374	Valid
	Y.4	0,559	0,374	Valid
	Y.5	0,725	0,374	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Dari pada perolehan uji validitas tersebut, menunjukkan bahwasanya variabel Promosi (X1), Fluktuasi Harga Emas (X2), Keputusan Nasabah (Y) menyatakan bahwa seluruh item valid sebab rhitung > rtabel (0,374).

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yakni pengujian yang dijalankan guna melakukan pengukuran pada kuesioner yang menjadi indikator variabel. Disebut reliabel apabila jawaban konsisten dalam menjawab item kuesionernya. Kemudian ketentuannya yakni Cronbach-Alpha $> 0,60$.

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar realibilitas	Keterangan
<i>Promosi (X1)</i>	0,774	0,60	Reliabel
<i>Fluktuasi Harga Emas (X2)</i>	0,615	0,60	Reliabel
<i>Keputusan Nasabah (Y)</i>	0,831	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel karena Promosi (X1), Fluktuasi Harga Emas (X2), Keputusan Nasabah (Y) Cronbach-Alpha $> 0,60$.

6. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Berdasar pada uji kolmogorov-Smirnov, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ data dinyatakan terdistribusi normal dan jika nilai sig. $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal. Jika variabel yang diteliti bernilai distribusi normal, hasil pengujian statistiknya ditemukan penurunan. Termasuknya apabila diperlihatkan melalui sebaran datanya, titik di sekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garisnya, maka dinyatakan berdistribusi normal dan sebaliknya. Di bawah ini yakni hasil pengujiannya.

Tabel 4.7**Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,18731041
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,059
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

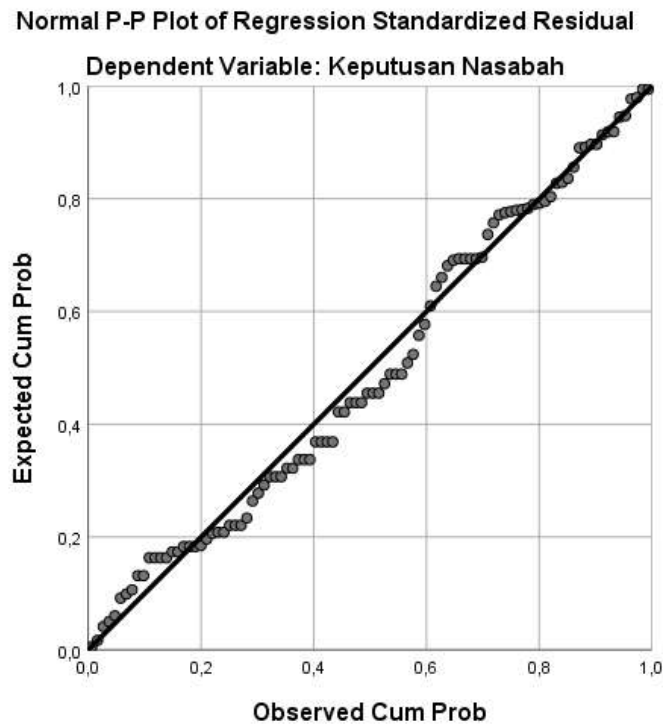
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Hasil penelitian SPSS 26 2023 (Data diolah)

Gambar 4.1



Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data Diolah)

Berdasarkan pada pengolahan data tersebut, nilai asymp sig. pada uji kolmogorov-smirnov sebesar 0,200. Nilai yang didapatkan telah sesuai dengan syarat yang ada, bahwasanya nilai asymp sig > 0.05, sehingga dinyatakan telah berdistribusi normal. Nilai P-Plotnya yakni memiliki titik-titik yang mengikuti garis diagonalnya, sehingga terdistribusi dengan normal dan asumsi normalitasnya dapat dipenuhi.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan ditujukan guna melakukan pengujian permodelan regresinya ditemukan keterkaitan variabel bebasnya. Perhitungannya yakni dengan melihat nilai tolerance dan VIF, disebut tidak terjadi multikolinearitas jika nilai tolerance > 10 dan VIF < 10.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Promosi	,808	1,238
	Fluktuasi Harga Emas	,808	1,238

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Hasil penelitian SPSS 26 2023 (Data diolah)

Berdasarkan pada perolehan tersebut bahwasanya variabel promosi (X1) dan tfluktuasi harga emas (X2) tolerance $0,808 > 0,10$ dan nilai VIF $1,238 < 10$. Maka yakni bahwasanya tidak ditemukan multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yakni alat yang ditujukan guna melihat ketidak samaan variance residual pengamatan. Apabila nilainya tetap disebut homoskedastisitas dan sebaliknya yakni heterokedasitas. Model yang baik yakni tidak ditemui heteroskedastisitas. Nilai absolut residualnya diregresikan tiap variabel independen melalui pengujian glejser, apabila nilainya melebihi 0.05 dinyatakan tidak ditemukan heteroskedastisitas dan sebaliknya.

Merujuk pada scatterplot apabila ditemuka pola titik-titik teratur maka dinyatakan adanya heterokedastistias dan sebaliknya apabila titiknya menyebar diantara 0 dan sumbu Y tidak terjadi heterokedastisitas. Berikut adalah hasil pengujian.

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

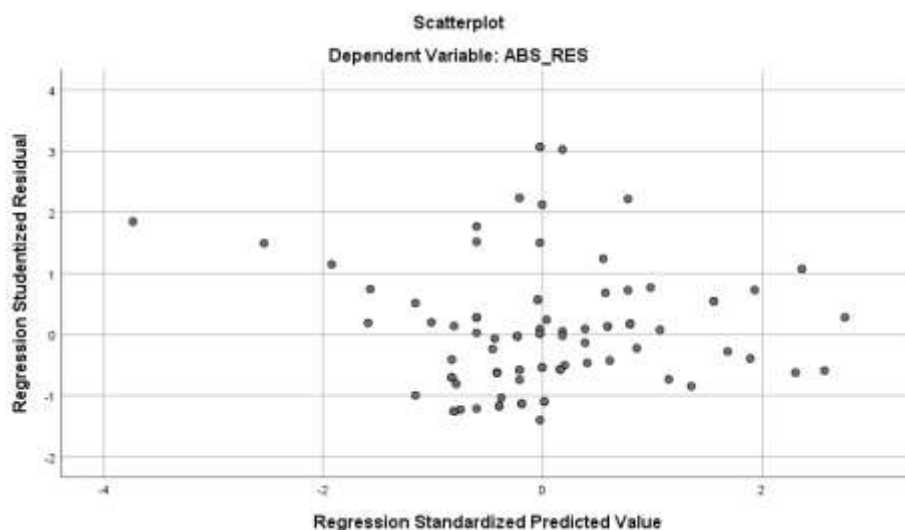
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,209	,729		,286	,775
	Promosi	,046	,027	,193	1,715	,090
	Fluktuasi Harga Emas	-,024	,030	-,092	-,817	,416

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Berdasarkan pada perolehan tersebut, nilai signifikansinya pada variabel Promosi (X1) yakni 0.090, dan fluktuasi harga emas (X2) yakni 0.416. Nilai signifikansinya yakni melebihi 0.05, maka tidak ditemukan heteroskedastisitas. Serta berdasar pada pengujian melalui scatterplot, titiknya terlihat menyebar dengan acak di bawah 0 dan sumbu Y. Sehingga, tidak ditemukan adanya heteroskedastisitas.

Gambar 4.2



Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

7. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dipakai guna melihat pengaruh dan arah hubungan variabel independen dengan dependennya bernilai positif atau negatif serta ditujukan memberi prediksi nilainya yakni mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,927	1,295		6,891	,000
	Promosi	,470	,048	,764	9,852	,000
	Fluktuasi Harga Emas	-,051	,053	-,075	-,966	,337

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah
Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Berdasarkan pada perolehan tersebut, berikut merupakan perhitungan persamaan regresi linear berganda yang dilakukan peneliti:

$$Y = 8,927 + 0,470X_1 - 0,051X_2 + e$$

Berikut merupakan penjelasannya:

- 1) Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 8,927 maka bisa diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 8,927

- 2) Nilai koefisien regresi variabel X1 bernilai positif (+) sebesar 0,470 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X1 meningkat maka variabel Y juga meningkat, begitu juga sebaliknya.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel X2 bernilai negatif (-) sebesar -0,51, maka bisa diartikan bahwa jika variabel X2 meningkat maka variabel Y akan menurun, begitu juga sebaliknya.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hal tersebut ditujukan guna melakukan pengukuran jangkauan kemampuan model ketika memberi penjelasan variasi variabel dependennya. Nilainya yakni antara nol dan satu. Semakin kecilnya nilai R^2 artinya kemampuan variabel independennya terbatas, sebaliknya dengan nilainya yang mendekati satu, artinya hampir memberi seluruh informasi yang dibutuhkan.

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 ^a	,539	,529	1,200

a. Predictors: (Constant), Fluktuasi Harga Emas , Promosi

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Berdasarkan pada perolehan tersebut, nilai R square yang didapatkan yakni 0,539 atau sama dengan 53,9%. Yang berarti 53,9% keputusan nasabah

dipengaruhi oleh variabel promosi dan fluktuasi harga emas. Sedangkan sisanya 46,1% dipengaruhi variabel lainnya diluar penelitian ini.

9. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan guna melihat variabel bebasnya secara parsial memberi pengaruh pada variabel dependennya atau tidak. Digunakan tingkat signifikansinya yakni sebesar 0,05 (two failed test) , ketentuan pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- a. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen yang diuji tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen yang diuji berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
	Beta					
1	(Constant)	8,927	1,295		6,891	,000
	Promosi	,470	,048	,764	9,852	,000
	Fluktuasi Harga Emas	-,051	,053	-,075	-,966	,337

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Berdasarkan pada hasil yang didapatkan pada Uji T tersebut, kesimpulannya yakni:

- 1) Berdasarkan output coefficients diperoleh nilai thitung sebesar $9,852 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independent yaitu “Promosi (X1)” yang diuji berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu “Keputusan nasabah (Y)”.
- 2) Berdasarkan output coefficients diperoleh nilai thitung sebesar $-0,966 < 1,985$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,337 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen “Fluktuasi harga emas (X2)” yang diuji tidak berpengaruh terhadap variabel dependen “Keputusan nasabah (Y)”.

2) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilaksanakan guna melihat apakah variabel bebasnya secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada variabel terikatnya. Nilai signifikansi yang dipakai yakni 0.05 dengan dasar diambilnya keputusan yakni:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dinyatakan apabila H_0 ditolak dan H_a diterima, makannya variabel independennya secara simultan memiliki pengaruh pada variabel dependennya.
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maknanya variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh pada variabel dependennya.

Tabel 4.13**Hasil Uji F**

		ANOVA^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159,759	2	79,879	55,495	,000 ^b
	Residual	136,741	95	1,439		
	Total	296,500	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS 26 (Data diolah)

Berdasarkan hasil pada sajian data tersebut, memperlihatkan bahwasanya F Hitung sebesar 55,495 lebih besar dari Ftabel sebesar 3,09 dan didapatkan nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikan 0,05 atau sama dengan 5%. Yang mana dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H^a diterima, yaitu terdapat pengaruh promosi, dan fluktuasi harga emas secara simultan terhadap keputusan nasabah cicil emas di BSI KCP pasar cempaka.

B. Hasil Analisis Data

Berdasarkan perolehan penelitian menjelaskan terkait pengaruh variabel promosi, dan fluktuasi harga emas terhadap keputusan nasabah cicil emas di BSI KCP pasar cempaka. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah cicil emas pada BSI Pasar Cempaka

Berdasarkan penelitian ini dengan hasil yang telah di uji menggunakan Uji T pada variabel promosi (X1) terhadap keputusan nasabah diperoleh hasil

perhitungan dengan nilai koefisien bernilai positif, yaitu t hitung sebesar $9,852 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 <$ dari $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan nasabah cicil emas di BSI KCP pasar cempaka. Setelah dilakukan pengujian analisa bahwa **Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah**. Analisa tersebut menunjukkan bahwa penerapan promosi yang dicontohkan oleh BSI KCP Pasar Cempaka mampu mempertahankan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Verayani (2019) bahwa strategi promosi penjualan berpengaruh terhadap minat beli emas. Hasil ini berarti menunjukkan juga dimensi promosi yaitu advertising, public relation, dan personal selling mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan nasabah cicil emas. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Nine Septa Maharani (2020) Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Lumajang. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal tersebut menunjukkan tingkat nasabah yang cenderung naik maka semakin meningkat pula minat tabungan emas. Promosi-promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Pasar Cempaka yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

2. Pengaruh fluktuasi harga emas terhadap keputusan nasabah cicil emas pada BSI Pasar Cempaka

Pada penelitian ini hasilnya didapatkan tidak adanya pengaruh dari fluktuasi harga terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hasil dari perhitungan diperoleh uji-t

fluktuasi harga terhadap peningkatan jumlah nasabah adalah bernilai negatif, yaitu nilai t hitung sebesar $-0,75$ lebih kecil dari pada t tabel $1,985$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,337 > 0,05$.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel fluktuasi harga emas (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah cicil emas di BSI KCP pasar cempaka. Setelah dilakukan pengujian analisa bahwa **Fluktuasi harga emas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah**. Berdasarkan jawaban responden dari hasil pengisian kuesioner, responden akan membeli emas berapapun tanpa pandang naik turunnya harga emas. Begitupun sebaliknya, responden juga akan menjual emas saya berapapun tanpa pandang naik turunnya harga emas. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Gina alamiah, Sakura, Widwi handari Adji (2022) Yakni fluktuasi harga tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah sebagai variabel Y dengan ditunjukkannya H_2 yang ditolak. Dalam keadaan ekonomi di masa pandemi covid ini. Manusia dihadapkan dengan berbagai pilihan untuk berinvestasi atau memenuhi kebutuhan pokok terlebih dahulu. Pengaruh pandemi covid yang merupakan salah satu penyebab perekonomian menjadi menurun menjadikan faktor lebih banyaknya nasabah gadai daripada nasabah MULIA. Karena, dalam keadaan mendesak biasanya nasabah lebih menggunakan dan membutuhkan produk gadai yang hasilnya dapat digunakan untuk memenuhi keperluan langsung saat itu. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Jihan Iskandar (2019) yaitu fluktuasi harga emas menunjukkan angka negatif, artinya fluktuasi harga emas berpengaruh negatif

terhadap penyaluran pembiayaan rahn. Artinya adanya kenaikan ataupun penurunan harga emas berpengaruh negatif terhadap penyaluran pembiayaan rahn pada Bank Syariah Mandiri periode 2014-2017.

3. Pengaruh promosi dan fluktuasi harga emas terhadap keputusan nasabah cicil emas pada BSI Pasar Cempaka

Berdasarkan hasil pengujian uji statistik F (uji simultan) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi F hitung kurang dari 0.05 ($0.000 \leq 0.05$), dan F hitung ($55,495$) $>$ F tabel(3,09). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Promosi (X1), Fluktuasi Harga Emas (X2) dan keputusan nasabah (Y). Setelah dilakukan pengujian analisa bahwa **Pengaruh Promosi (X1) dan Fluktuasi Harga Emas (X2) secara Simultan terhadap Keputusan Nasabah pada Cicil Emas (Y)** Analisa tersebut menunjukkan bahwa tiga variabel tersebut memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap minat nasabah pada tabungan emas.

Pengaruh dari variabel independen ditunjukkan oleh uji koefisien determinasi dengan nilai R Square sebesar 0,539 atau sama dengan 53,9%. Dapat dikatakan bahwa variabel Promosi (X1) dan fluktuasi harga emas (X2) dapat menjelaskan variasi terhadap keputusan nasabah cicil emas di BSI KCP Pasar Cempaka. Sedangkan sisanya 46,1% dipengaruhi variabel lainnya diluar penelitian ini. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Haerisma dkk (2021) Fluktuasi harga emas dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah produk cicil Emas Pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu,

hal ini dibuktikan dengan Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $17,105 > 3,17$ dengan tingkat signifikan ($S_{hitung} < 0,05$) $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima. memiliki pengaruh sebesar 38,8%. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Nine Septa Maharani (2020) Berdasarkan hasil secara simultan menunjukkan bahwa variabel promosi, fluktuasi harga dan minat berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah pada tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Lumajang.