

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia

Pada tanggal 1 Februari 2021 menjadi sebuah momen yang menciptakan sejarah baru bagi Indonesia atas bergabungnya tiga perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Nasional Indonesia Syariah (BNI Syariah), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah) menjadi satu entitas baru yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Merger atas ketiga Bank Syariah tersebut merupakan bagian dari strategi dan usaha pemerintah dalam rangka menciptakan perbankan syariah yang akan menjadi kebanggaan umat Islam secara khusus, dan bagi seluruh masyarakat Indonesia secara umum. Merger tersebut terjadi karena beberapa alasan, antara lain: melalui merger, perbankan syariah akan lebih mudah dan efisien dalam penghimpunan dana sebagai modal, pembiayaan, dan pengeluaran. Selain itu, perbankan syariah akan memiliki prospek yang lebih cerah dan bisa dibuktikan secara langsung. Di sisi lain, aset perbankan syariah akan semakin besar dan kuat, serta tergabung ke dalam 10 bank nasional dengan aset mencapai Rp 240 Triliun. Lebih jauh lagi, perbankan syariah Indonesia diperkirakan akan masuk ke dalam perbankan terbesar secara global dalam kategori kapitalisasi

pasar. Selain 51 itu, kelengkapan perbankan syariah akan memiliki berbagai produk yang lengkap mulai dari retail, konsumen, UMKM, grosir, dengan berbagai produk serta layanan lainnya. Tak kalah penting, perbankan syariah akan menjadi kekuatan baru bagi pengembangan ekonomi nasional, sehingga mampu menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. Terakhir, merger ini juga akan memudahkan akses perbankan syariah oleh seluruh lapisan masyarakat dalam hal pelayanan jasa keuangan berbasis syariah (Syamsarina & Yusuf, 2022).

b. Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia

Produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia (BSI) menggunakan akad **murabahah**, yaitu akad jual beli barang (emas) dengan margin keuntungan yang disepakati sebelumnya. Bank terlebih dahulu membeli emas dari pemasok, kemudian menjualnya kembali kepada nasabah secara bertahap dengan harga jual yang mencakup margin tersebut. Akad ini dilengkapi dengan akad **rahn**, yaitu jaminan berupa emas yang disimpan oleh bank atau pihak ketiga hingga seluruh cicilan lunas (Mia et al., 2024; Agustin, 2023).

Proses pengajuan cicil emas dimulai dengan permohonan nasabah dan verifikasi data, diikuti dengan penyusunan dan persetujuan Nota Akademik Pembiayaan (NAP). Setelah itu, BSI melakukan pembelian emas dan melaksanakan akad murabahah dengan nasabah disertai akad rahn (Hasanah, 2024; Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri

Majene, 2024). Margin keuntungan yang dibebankan pada nasabah berada di kisaran 9,5–13,5 % dan tenor cicilan dapat mencapai 60 bulan. Penggunaan akad ini dimaksudkan agar transaksi berjalan dengan transparan dan sesuai prinsip syariah tanpa unsur riba, gharar, atau spekulasi (Putri, 2025).

2. Data Identitas Responden

Kuesioner dalam penelitian ini diberikan untuk mengumpulkan data dari responden sebagai subjek penelitian. Data yang diperoleh dari responden terbagi berdasarkan kategori jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan per bulan.

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

Akumulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki - Laki	28	32%
2	Perempuan	60	68%
TOTAL		88	100%

Sumber: Data kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4.1) menunjukkan hasil penelitian yang melibatkan 88 responden, yang mengungkapkan bahwa mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan, yaitu 68% atau 60 orang, sementara 32% atau 28 orang lainnya adalah laki-laki.

b. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4.2

Akumulasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

NO	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMA/Sederajat	10	11%
2	D3	10	11%
3	S1	55	63%
4	S2	11	13%
5	S3	2	2%
TOTAL		88	100%

Sumber: Data Kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4.2) menunjukkan bahwa dari 88 responden yang diteliti, distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut: SMA/Sederajat sebanyak 11% atau 10 orang responden, D3 sebanyak 11% atau 10 orang responden, S1 sebanyak 63% atau 55 orang responden, S2 sebanyak 13% atau 11 orang responden, dan S3 sebanyak 2% atau 2 orang responden.

c. Pendapatan per Bulan Responden

Tabel 4.3

Akumulasi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

NO	Pendapatan per Bulan	Jumlah	Persentase
1	< 2.000.000	5	6%
2	2.000.000 – 4.000.000	32	36%
3	4.000.000 – 6.000.000	33	38%
4	> 6.000.000	18	20%
TOTAL		88	100%

Sumber: Data Kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4,3) menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, 5 responden memiliki pendapatan (<) kurang

dari 2.000.000 rupiah, 32 responden memiliki pendapatan berkisar 2.000.000 – 4.000.000 rupiah, 33 responden memiliki pendapatan berkisar 4.000.000 – 6.000.000, dan 18 responden memiliki pendapatan (>) lebih dari 6.000.000 rupiah.

d. Pekerjaan

Tabel 4.4

Akumulasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	34	39%
2	Karyawan Swasta	25	28%
3	Wiraswasta	18	21%
4	Ibu Rumah Tangga	10	11%
5	Dokter	1	1%
TOTAL		88	%

Sumber: Data Kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4.4) menunjukkan bahwa dari 88 responden yang diteliti, distribusi responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut: PNS sebanyak 39% atau 34 orang responden, karyawan swasta sebanyak 28% atau 25 orang responden, Wiraswasta sebanyak 21% atau 18 orang responden, ibu rumah tangga sebanyak 11% atau 10 orang responden, dan Dokter sebanyak 1% atau 1 orang responden.

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data responden terhadap masing-masing

variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu pengetahuan (X1), pendapatan (X2), harga emas (X3), nilai margin (X4), dan keputusan (Y) nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung.

Statistik ini menyajikan informasi mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata menunjukkan kecenderungan sentral dari jawaban responden, sedangkan standar deviasi menunjukkan seberapa besar variasi atau penyebaran data dari nilai rata-rata.

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan program SPSS (versi 31), diperoleh hasil statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keputusan Pembelian	88	40.00	65.00	53.6591	6.18468
Pengetahuan	88	39.00	65.00	53.8636	5.62666
Pendapatan	88	28.00	50.00	41.8295	4.67623
Harga Emas	88	29.00	45.00	36.9091	4.15957
Nilai Margin	88	34.00	55.00	45.5341	4.86354
Valid N (listwise)	88				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 31, Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa:

- 1) Deskriptif Variabel Pengetahuan

Nilai rata-rata (mean) dari variabel pengetahuan adalah 53,86 dari skor maksimal 65, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai produk cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Nilai standar deviasi sebesar 5,62 menunjukkan bahwa perbedaan pengetahuan antar responden tidak terlalu jauh. Artinya, mayoritas responden memiliki pemahaman yang hampir sama.

2) Deskriptif Variabel Pendapatan

Variabel pendapatan memiliki nilai rata-rata 41,82 dengan skor minimum 28 dan maksimum 50. Ini menunjukkan bahwa responden rata-rata memiliki pendapatan yang cukup baik dan berada dalam kategori menengah ke atas. Standar deviasi sebesar 4,67 mengindikasikan bahwa ada sedikit variasi dalam jumlah pendapatan antar responden.

3) Deskriptif Variabel Harga Emas

Rata-rata skor untuk variabel harga emas adalah 36,90 dengan standar deviasi 4,15. Ini berarti sebagian besar responden menganggap bahwa harga emas merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan mereka. Karena penyebaran nilainya tidak terlalu besar, maka dapat dikatakan bahwa persepsi responden terhadap harga emas cenderung konsisten.

4) Deskriptif Variabel Nilai Margin

Rata-rata skor variabel nilai margin adalah 45,53, dengan nilai minimum 34 dan maksimum 55. Skor ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai margin yang ditetapkan oleh bank cukup wajar. Nilai standar deviasi 4,86 menunjukkan bahwa ada sedikit perbedaan pandangan di antara responden mengenai margin tersebut.

5) Deskriptif Variabel Keputusan

Rata-rata skor keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas adalah 53,65, yang hampir sama dengan skor pengetahuan. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden sudah berada dalam tahap memutuskan untuk menggunakan produk cicil emas. Nilai standar deviasi sebesar 6,18 adalah yang tertinggi di antara seluruh variabel, yang berarti adanya variasi keputusan yang lebih besar dibandingkan variabel lain. Ini bisa jadi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

b. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel berdasarkan degree of freedom ($df = n-2$), di mana n merupakan jumlah sampel dalam penelitian ini, yaitu 100. Maka, df dapat dihitung sebagai $df = 100-2=98$. Dengan tingkat signifikansi 0,05, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,196 (lihat pada lampiran tabel r). Jika r hasil positif dan r hitung $>$ r tabel, maka butir item tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika r hasil negatif dan r hitung $<$ r tabel, maka butir item tersebut dianggap tidak

valid. Berikut adalah hasil uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 31 for Windows adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keputusan (Y)	Y1.1	0,711	0.361	Valid
	Y1.2	0,561	0.361	Valid
	Y1.3	0,828	0.361	Valid
	Y1.4	0,735	0.361	Valid
	Y1.5	0,748	0.361	Valid
	Y1.6	0,594	0.361	Valid
	Y1.7	0,740	0.361	Valid
	Y1.8	0,568	0.361	Valid
	Y1.9	0,495	0.361	Valid
	Y1.9	0,684	0.361	Valid
	Y1.10	0,637	0.361	Valid
	Y1.11	0,539	0.361	Valid
Y1.12	0,428	0.361	Valid	
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,749	0.361	Valid
	X1.2	0,792	0.361	Valid
	X1.3	0,748	0.361	Valid
	X1.4	0,801	0.361	Valid
	X1.5	0,792	0.361	Valid
	X1.6	0,698	0.361	Valid
	X1.7	0,825	0.361	Valid
	X1.8	0,412	0.361	Valid
	X1.9	0,717	0.361	Valid
	X1.10	0,624	0.361	Valid
	X1.11	0,562	0.361	Valid
	X1.12	0,791	0.361	Valid
	X1.13	0,695	0.361	Valid
Pendapaatan (X2)	X2.1	0,692	0.361	Valid
	X2.2	0,774	0.361	Valid
	X2.3	0,557	0.361	Valid
	X2.4	0,737	0.361	Valid
	X2.5	0,529	0.361	Valid

	X2.6	0,726	0.361	Valid
	X2.7	0,667	0.361	Valid
	X2.8	0,816	0.361	Valid
	X2.9	0,738	0.361	Valid
	X2.10	0,731	0.361	Valid
Harga Emas (X3)	X3.1	0,711	0.361	Valid
	X3.2	0,641	0.361	Valid
	X3.3	0,508	0.361	Valid
	X3.4	0,712	0.361	Valid
	X3.5	0,618	0.361	Valid
	X3.6	0,638	0.361	Valid
	X3.7	0,713	0.361	Valid
	X3.8	0,574	0.361	Valid
	X3.9	0,632	0.361	Valid
Nilai Margin (X4)	X4.1	0,693	0.361	Valid
	X4.2	0,827	0.361	Valid
	X4.3	0,534	0.361	Valid
	X4.4	0,469	0.361	Valid
	X4.5	0,546	0.361	Valid
	X4.6	0,452	0.361	Valid
	X4.7	0,698	0.361	Valid
	X4.8	0,855	0.361	Valid
	X4.9	0,816	0.361	Valid
	X4.10	0,749	0.361	Valid
	X4.11	0,706	0.361	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari setiap variabel, yaitu pengetahuan (X1), pendapatan (X2), harga emas (X3) dan nilai margin (X4) dan keputusan (Y) dinyatakan valid karena nilai rhitung > rtabel.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi pernyataan yang reliabel atau tidak. Untuk mengukur berpatokan pada ketentuan nilai

kuefisien dari Cronbach Alpha $> 0,60$ maka dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian ini dengan menggunakan SPSS 31 for windows adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.980	56

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1), pendapatan (X2), harga emas (X3), nilai margin (X4) dan keputusan (Y) dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah variabel pengganggu (residual) dalam model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi yang baik memiliki residual yang terdistribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, uji statistik yang dilakukan menjadi tidak valid. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik KolmogorovSmirnov (KS), dengan kriteria bahwa data dianggap

berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$. Hasil uji normalitas menggunakan program SPSS versi 25 for windows dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.96802640
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.045
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Berdasarkan output SPSS di atas, dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0.093 nilai ini lebih besar dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *varian inflation factor* (VIF). Nilai cut off yang umum di pakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah mempunyai angka Tolerance $> 0,1$ atau sama dengan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Kemudian, jika nilai tolerance $< 0,1$ atau VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Colinearity statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Pengetahuan (X ₁)	0,463	2.158	Tidak terjadi multikolinearitas
Pendapatan (X ₂)	0.533	1.877	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga emas (X ₃)	0,372	2.689	Tidak terjadi multikolinearitas
Nilai margin (X ₄)	0,371	2.692	Tidak terjadi multikolinearitas
Dependent Variabel : Keputusan Pembelian			

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan (X1) mempunyai nilai VIF sebesar 2,158 dengan nilai tolerance sebesar 0,463 maka tidak terjadi multikolinearitas, variabel pendapatan (X2) mempunyai nilai VIF sebesar 1,877 dengan nilai tolerance sebesar

0,533 maka tidak terjadi multikolinearitas, variabel harga emas (X3) mempunyai nilai VIF sebesar 2,689 dengan nilai tolerance sebesar 0,372 maka tidak terjadi multikolinearitas, variabel nilai margin (X4) mempunyai nilai VIF sebesar 2,692 dengan nilai tolerance sebesar 0,371 maka tidak terjadi multikolinearitas Hal ini mengindikasikan bahwa hasil uji multikolinearitas mempunyai nilai VIF yang kurang dari 10 dan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1. Pengujian model regresi untuk ukuran aktual mengindikasikan tidak terdapat gejala multikolinearitas untuk model regresi tersebut. Dengan demikian, semua variabel independent tersebut dapat dianggap valid sebagai predictor

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Salah satu uji statistik yang digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah uji glejser. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Pengetahuan X ₁	0,580	Tidak terjadi heterokedastisitas
Pendapatan X ₂	0,419	Tidak terjadi heterokedastisitas
Harga Emas X ₃	0,582	Tidak terjadi heterokedastisitas
Nilai Margin X ₄	0,245	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada variabel pengetahuan (X₁) adalah $0,580 > 0,05$, pendapatan (X₂) adalah $0,419 > 0,05$, harga emas (X₃) adalah $0,582 > 0,05$, dan nilai margin (X₄) adalah $0,245 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas karena nilai signifikansi $> 0,05$.

5. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dua atau lebih pada variabel independent terhadap variabel dependent.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2.487	4.731
	Pengetahuan	.252	.114
	Pendapatan	.319	.128
	Harga Emas	.235	.172
	Nilai Margin	.343	.147

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Interpretasi tabel di atas menunjukkan bahwa :

$$Y = 2,487 + 0,252 X_1 + 0,319 X_2 + 0,235 X_3 + 0,343 X_4$$

- 1) Nilai konstanta $Y = 2,487$ artinya jika variabel X_1 (pengetahuan), X_2 (pendapatan), X_3 (harga emas), dan X_4 (nilai margin) tidak dimasukkan dalam penelitian ini maka keputusan pembelian nasabah cicil emas masih meningkat sebesar 2,487% karena adanya faktor-faktor lain.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (X_1) bernilai sebesar 0,252. Artinya hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel pengetahuan terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas adalah positif, yaitu jika ada peningkatan pengetahuan juga akan

meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 25,2% setiap kali terjadi peningkatan.

- 3) Nilai koefisien regresi variabel pendapatan (X2) bernilai sebesar 0,319. Artinya hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel pendapatan terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas adalah positif, yaitu jika ada peningkatan pendapatan juga akan meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 31,9% setiap kali terjadi peningkatan.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel harga emas (X3) bernilai sebesar 0,235. Artinya hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel harga emas terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas adalah positif, yaitu jika ada peningkatan harga emas juga akan meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 23,5% setiap kali terjadi peningkatan.
- 5) Nilai koefisien regresi variabel nilai margin (X4) bernilai sebesar 0,343. Artinya hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel nilai margin terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas adalah positif, yaitu jika ada peningkatan harga emas juga akan meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 34,3% setiap kali terjadi peningkatan.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi pada variabel independent. Uji R^2

berfungsi untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X dan variabel Y secara bersama-sama. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1; semakin mendekati 1, semakin kuat hubungan antara variabel X dan Y. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel tersebut semakin lemah.

Tabel 4.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 ^a	.588	.569	4.06252	1.683
a. Predictors: (Constant), Nilai Margin, Pendapatan, Pengetahuan, Harga Emas					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *R Square* adalah sebesar 0,569. Sehingga dari nilai tersebut diketahui bahwa pada variabel pengetahuan (X1), pendapatan (X2), harga emas (X3), nilai margin (X4) berpengaruh sebesar 56,9% terhadap keputusan (Y) nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung, dan 43,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak sedang diteliti.

7. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh parsial dari variabel X terhadap variabel Y. Dalam pengujian ini, tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan (df)

dihitung sebagai n (jumlah responden) – k (jumlah variabel), yaitu $88 - 5 = 83$.

Nilai t tabel yang dipakai adalah 1,663. Kriteria pengujian yang digunakan adalah: H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (Sig $< 0,05$), serta H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ (Sig $> 0,05$).

Tabel 4.13

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	T	Signifikansi	Keterangan
Pengetahuan (X_1)	2.213	0,030	Diterima
Pendapatan (X_2)	2.500	0,014	Diterima
Harga Emas (X_3)	1.367	0,175	Ditolak
Nilai Margin (X_4)	2.333	0,022	Diterima
Variabel Dependen : Keputusan Pembelian			

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Interpretasi tabel diatas menunjukkan bahwa :

- 1) Pengujian hipotesis variabel pengetahuan (X_1) dari tabel diatas maka dapat diperoleh nilai t hitung dari variabel pengetahuan sebesar $2.213 > t$ tabel 1,663 dengan sig $0,03 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap

keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung. Artinya ada pengaruh positif pengetahuan terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Lestari, 2025) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas. Artinya, semakin tinggi tingkat pengetahuan nasabah mengenai produk cicil emas, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk memutuskan membeli produk tersebut, meskipun tanpa mempertimbangkan faktor lainnya.

Hal tersebut sesuai dengan teori bahwa semakin tinggi pengetahuan konsumen terhadap produk (cicil emas), maka semakin besar kemungkinan mereka merasa yakin dan mampu dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan tersebut (Kotler & Armstrong, 2018).

- 2) Pengujian hipotesis variabel pendapatan (X_2) dari tabel diatas maka dapat diperoleh nilai thitung dari variabel keamanan sebesar $2.500 > t$ tabel 1,663 dengan sig $0,014 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung. Artinya ada pengaruh positif pendapatan terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Safitri & Waluyo, 2024) yang menemukan bahwa pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk cicil emas di kalangan PNS di BSI, menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan nasabah, semakin besar kemungkinan untuk memilih cicil emas.

- 3) Pengujian hipotesis variabel harga emas (X3) dari tabel diatas maka dapat diperoleh nilai t hitung dari variabel harga emas sebesar $1,367 < t \text{ tabel } 1,663$ dengan $\text{sig } 0,175 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga emas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung. Artinya harga emas berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas yang mana ketika harga emas meningkat maka keputusan pembelian akan menurun.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Adila et al., 2024) yang menyatakan bahwa variabel Fluktuasi Harga Emas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1.

- 4) Pengujian hipotesis variabel nilai margin (X4) dari tabel diatas maka dapat diperoleh nilai t hitung dari variabel nilai margin sebesar $2,333 > t \text{ tabel } 1,663$ dengan $\text{sig } 0,022 < 0,05$. Maka H_0

ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel nilai margin berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Ishamiyyah (2023) yang menemukan bahwa tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan akad murabahah di BSI.

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah diketahui dengan uji t atau secara parsial bahwa variabel pengetahuan (X1), pendapatan (X2), dan nilai margin (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung.

Sedangkan untuk variabel harga emas (X3) melalui hasil pengujian yang telah diketahui dengan uji t, variabel harga emas (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung.

2) Uji Simultan (Uji-f)

Uji f adalah pengujian regresi yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel *independent* (X1, X2, X3, dan X4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel *dependent* (Y). Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu : apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, demikian pula sebaliknya jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$

maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Adapun tabel untuk memudahkan pencarian nilai f_{tabel} sebagai berikut:

Berdasarkan tabel di atas, nilai f_{tabel} yang dipakai bernilai 2,48. Kemudian hasil uji f secara bersama sama adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Uji f (Uji Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1957.937	4	489.484	29.658	.000 ^b
Residual	1369.835	83	16.504		
Total	3327.773	87			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					
b. Predictors: (Constant), Nilai Margin, Pendapatan, Pengetahuan, Harga Emas					

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 31 (2025)

Dapat dilihat dari tabel diatas, menunjukkan nilai f sebesar 29,658 dengan nilai signifikan $<0,000$, yang menandakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29,658 > 2,48$) dan signifikansi ($<0,000$) $< 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu, keempat variabel independent yaitu pengetahuan (X1), pendapatan (X2), harga emas (X3), dan nilai margin (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y).

B. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia TBK. Kantor Cabang Tanjung

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial, pada variabel pengetahuan (X1) memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan nasabah (Y), didapatkan hasil yakni thitung adalah 2,213 sedangkan ttabel 1,663 berarti thitung > ttabelserta tingkat signifikansi adalah $0,03 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk kantor cabang Tanjung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi, pengetahuan memiliki pengaruh positif sebesar 0,252 atau 25,2% artinya jika ada peningkatan pengetahuan maka juga meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 25,2%.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Lestari, 2025) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas. Artinya, semakin tinggi tingkat pengetahuan nasabah mengenai produk cicil emas, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk memutuskan membeli produk tersebut, meskipun tanpa mempertimbangkan faktor lainnya.

Hal tersebut sesuai dengan teori bahwa semakin tinggi pengetahuan konsumen terhadap produk (cicil emas), maka semakin besar kemungkinan

mereka merasa yakin dan mampu dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan tersebut (Kotler & Armstrong, 2018).

Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah terhadap produk cicil emas di BSI berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk kantor cabang Tanjung.

2. Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia TBK. Kantor Cabang Tanjung

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial, pada variabel pendapatan (X_2) memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan nasabah (Y), didapatkan hasil yakni t_{hitung} adalah 2,500 sedangkan t_{tabel} 1,663 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta tingkat signifikansi adalah $0,014 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk kantor cabang Tanjung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi, pendapatan memiliki pengaruh positif sebesar 0,319 atau 31,9% artinya jika ada peningkatan pendapatan maka juga meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 31,9%.

Hasil ini diperkuat dengan penelitian terdahulu (Safitri & Waluyo, 2024) yang menemukan bahwa pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk cicil emas di kalangan

PNS di BSI, menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan nasabah, semakin besar kemungkinan untuk memilih cicil emas.

Selain itu, hasil ini juga diperkuat oleh teori Keynes, yang menegaskan bahwa konsumsi individu sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan. Dengan demikian, semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan mereka untuk mengalokasikan dana pada kebutuhan lain, termasuk keputusan untuk membeli produk cicil emas.

Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk kantor cabang Tanjung.

3. Pengaruh Harga Emas terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia TBK. Kantor Cabang Tanjung

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial, pada variabel harga emas (X_3) tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian nasabah cicil emas (Y), didapatkan hasil yakni t_{hitung} adalah 1,367 sedangkan t_{tabel} 1,663 berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ serta tingkat signifikansi adalah $0,175 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga emas tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung. Namun dari hasil perhitungan koefisien regresi, harga emas memiliki pengaruh positif

sebesar 0,235 atau 23,5% artinya jika ada peningkatan harga emas maka juga meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 23,5%.

Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian merupakan hasil interaksi berbagai faktor internal dan eksternal konsumen. Harga memang termasuk faktor eksternal yang secara teoritis dapat memengaruhi keputusan, namun pengaruh tersebut sangat bergantung pada jenis produk, tujuan pembelian, serta mekanisme transaksi yang digunakan. Dalam produk cicil emas, harga emas pasar tidak menjadi satu-satunya dasar pertimbangan nasabah, karena fokus utama nasabah lebih diarahkan pada kemudahan kepemilikan emas secara bertahap dan kepastian skema pembayaran.

Selain itu, karakteristik akad murabahah menyebabkan harga jual emas telah ditetapkan secara tetap dan disepakati di awal akad, sehingga fluktuasi harga emas di pasar setelah akad berlangsung tidak memengaruhi besaran cicilan yang harus dibayarkan oleh nasabah. Karim (2010) menegaskan bahwa kepastian harga dan margin merupakan prinsip utama dalam akad murabahah untuk menghindari ketidakjelasan (*gharar*). Dengan demikian, perubahan harga emas di pasar tidak menjadi pertimbangan dominan dalam pengambilan keputusan nasabah.

Dari sudut pandang Price Sensitivity Theory, konsumen tidak selalu bersikap responsif terhadap perubahan harga, terutama ketika produk dipersepsikan sebagai instrumen investasi jangka panjang dan bukan barang konsumsi sehari-hari. Monroe (1990) menjelaskan bahwa sensitivitas harga

cenderung menurun apabila konsumen lebih menekankan pada manfaat, keamanan, dan nilai jangka panjang suatu produk. Dalam konteks ini, emas dipersepsikan sebagai aset lindung nilai (safe haven), sehingga fluktuasi harga jangka pendek tidak secara langsung memengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk cicil emas. Teori utilitas menjelaskan bahwa konsumen akan mempertimbangkan keseimbangan antara manfaat dan biaya yang dirasakan sebelum mengambil keputusan. Selama cicilan dan nilai margin masih dianggap wajar serta sesuai dengan kemampuan finansial nasabah, maka harga emas tidak menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pembiayaan (Varian, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah lebih didasarkan pada kemampuan membayar dan persepsi keadilan transaksi dibandingkan pada pergerakan harga emas di pasar.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Ahda, 2023) bahwa variabel fluktuasi harga emas (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah cicil emas di BSI KCP pasar cempaka. Hal itu dilihat 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.

Penelitian terdahulu dari (Adila et al., 2024) menyatakan bahwa secara parsial Fluktuasi Harga Emas (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa

faktor. Pertama, nasabah mungkin memiliki pandangan jangka panjang terhadap investasi emas, sehingga mereka tidak terlalu terpengaruh oleh perubahan harga jangka pendek. Kedua, emas sering dianggap sebagai aset yang stabil dan dapat melindungi nilai dari inflasi, sehingga nasabah yang sudah percaya pada stabilitas harga emas cenderung tidak terpengaruh oleh fluktuasi harga. Selain itu, keputusan investasi nasabah mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan diri dan informasi yang mereka terima mengenai produk cicil emas.

Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa harga emas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk kantor cabang Tanjung.

4. Pengaruh Nilai Margin terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia TBK. Kantor Cabang Tanjung

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial, pada variabel nilai margin (X_4) memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan nasabah (Y), didapatkan hasil yakni t_{hitung} adalah 2,333 sedangkan t_{tabel} 1,663 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta tingkat signifikansi adalah $0,022 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel nilai margin berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk kantor cabang Tanjung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi, pendapatan memiliki pengaruh positif sebesar 0,343 atau 34,3% artinya jika

ada peningkatan nilai margin maka juga meningkatkan keputusan pembelian nasabah cicil emas sebesar 34,3%.

Karim (2010) menegaskan bahwa karakteristik utama margin dalam akad murabahah adalah kepastian dan transparansi. Margin ditetapkan di awal akad dan tidak berubah selama masa pembiayaan, sehingga memberikan kejelasan bagi nasabah terkait total biaya yang harus dibayarkan. Kepastian ini membuat nasabah secara langsung membandingkan besarnya margin dengan kemampuan finansial yang dimiliki sebelum mengambil keputusan pembiayaan. Apabila margin dinilai wajar dan tidak memberatkan, maka kecenderungan nasabah untuk memilih produk cicil emas akan semakin meningkat. Karim (2010) menegaskan bahwa margin yang ditetapkan secara adil dan disepakati bersama mencerminkan prinsip keadilan dan menghindarkan transaksi dari unsur gharar dan kedzaliman. Apabila margin dinilai tidak adil atau terlalu tinggi, maka nasabah cenderung menunda atau bahkan menghindari pembiayaan. Sebaliknya, margin yang dianggap wajar akan meningkatkan keyakinan dan kenyamanan nasabah dalam mengambil keputusan.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Ishamiyyah (2023) yang menemukan bahwa tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan akad murabahah di BSI. Temuan bahwa variabel nilai margin berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah dalam memilih produk cicil emas selaras dengan *teori marginal utility* yang dikemukakan oleh

Marshall (2013), di mana konsumen akan melanjutkan pembelian apabila manfaat marginal yang diperoleh melebihi atau setara dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam hal ini, margin yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Indonesia Tbk dianggap sebagai nilai tambah berupa jaminan syariah, kejelasan akad, serta fleksibilitas pembayaran. Ketika nasabah merasa bahwa margin tersebut adil dan memberikan manfaat tambahan, maka kecenderungan mereka untuk memutuskan pembelian produk cicil emas akan meningkat.

Hasil penelitian ini selaras dengan Setiyarini (2021), yang menemukan bahwa margin berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembiayaan murabahah. temuan ini mendukung teori *marginal utility*, di mana margin yang dipersepsikan sebagai nilai tambah memperkuat motivasi nasabah untuk memilih produk cicil emas.

Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa besaran margin pada produk cicil emas di BSI berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk kantor cabang Tanjung.

5. Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Harga Emas, dan Nilai Margin terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia TBK. Kantor Cabang Tanjung

Berdasarkan hasil analisis uji regresi linier berganda atau uji F dan koefisien determinasi diperoleh bahwa pengaruh pengetahuan, pendapatan, harga emas, dan nilai margin berpengaruh secara simultan terhadap

keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung. Hal ini terbukti dengan tingkat signifikannya adalah ($<$) $0,000 < (0,05)$ artinya secara keseluruhan variabel independen pengetahuan (X1), pendapatan (X2), harga emas (X3), dan nilai margin (X4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung (Y).

Diketahui bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,569. Sehingga dari nilai tersebut diketahui bahwa pada bimbingan dan motivasi belajar berpengaruh sebesar 56,9% terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI KC Tanjung, 43,1 % lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak sedang diteliti.

Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal dalam penelitian ini tercermin melalui pengetahuan dan pendapatan nasabah, sedangkan faktor eksternal direpresentasikan oleh harga emas dan nilai margin. Ketika keempat variabel tersebut dianalisis secara simultan, pengaruhnya menjadi lebih kuat karena masing-masing variabel saling melengkapi dalam membentuk proses evaluasi dan pengambilan keputusan.

Pengetahuan berperan dalam membentuk pemahaman dan keyakinan nasabah terhadap produk cicil emas, termasuk mekanisme akad murabahah, manfaat investasi emas, serta risiko yang mungkin timbul.

Pendapatan berfungsi sebagai indikator kemampuan finansial yang menentukan kelayakan nasabah dalam memenuhi kewajiban cicilan. Sementara itu, harga emas dan nilai margin merupakan stimulus eksternal yang memengaruhi persepsi biaya, nilai, dan keadilan transaksi. Kombinasi keempat faktor ini menciptakan dasar pertimbangan yang utuh dalam proses pengambilan keputusan nasabah.