

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh promosi, perubahan harga emas, dan digitalisasi terhadap keputusan nasabah menabung emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Adam Malik Kota Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung emas di BSI KCP Adam Malik Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kegiatan promosi yang dilakukan, seperti penyampaian informasi produk, edukasi, dan promosi melalui media digital, maka semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung emas.
2. Perubahan harga emas mempengaruhi persepsi nilai (*perceived value*) dan timing keputusan nasabah menabung emas, perubahan harga emas yang terjadi akibat pengaruh inflasi, nilai tukar, dan kondisi ekonomi global terbukti memengaruhi keputusan nasabah dalam menabung emas. Pada indikator keputusan nasabah, aspek yang paling dominan dipengaruhi adalah keyakinan, yaitu tingkat kepercayaan nasabah bahwa emas merupakan instrumen investasi yang aman, stabil, dan menguntungkan dalam jangka panjang, baik kenaikan maupun penurunan harga dapat memotivasi keputusan menabung tergantung perspektif nasabah terhadap peluang investasi.
3. Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung emas di BSI KCP Adam Malik Kota Bengkulu. Kemudahan akses layanan digital melalui aplikasi dan fasilitas transaksi online memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam

melakukan transaksi tabungan emas, sehingga mendorong peningkatan keputusan untuk menabung emas.

4. Secara simultan, promosi, perubahan harga emas, dan digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung emas di BSI KCP Adam Malik Kota Bengkulu. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 78,7% variasi keputusan nasabah menabung emas, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, promosi yang efektif, informasi harga emas yang baik, serta layanan digital yang mudah digunakan menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan nasabah menabung emas di BSI KCP Adam Malik Kota Bengkulu.

B. Saran

1. Untuk Bank Syariah Indonesia Cabang Adam Malik Bengkulu Optimalkan strategi promosi. Tingkatkan intensitas dan kualitas promosi melalui berbagai media (media sosial, *website*, *billboard*, *brostur*, *event*). Buat konten promosi yang menarik, informatif, dan mudah dipahami dengan menekankan keunggulan produk seperti bebas riba, aman, fleksibel, dan potensi keuntungan jangka panjang. Gunakan testimonial nasabah untuk meningkatkan kredibilitas.
2. Saran untuk Nasabah Memanfaatkan *platform* digital yang disediakan BSI untuk memantau perkembangan harga emas dan melakukan transaksi secara praktis dan Mengikuti program edukasi yang disediakan bank untuk meningkatkan pemahaman tentang strategi investasi emas yang tepat.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, kualitas pelayanan, religiusitas, atau literasi keuangan syariah, memperluas cakupan penelitian ke

cabang atau bank syariah lainnya, menggunakan metode kualitatif untuk menggali motivasi nasabah secara mendalam, melakukan studi komparatif dengan produk investasi emas konvensional, serta meneliti pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah dalam jangka panjang guna memperkaya khazanah penelitian di bidang perbankan syariah dan perilaku konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan, Muhammad Yusuf, and Destri Kurniawan. “*The Effect Of Work From Home (Wfh) On Employee Performance At Agricultural Department Of Enrekang District.*” *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability* 6, no. 1 (2022): 65–74. <https://doi.org/10.26618/profitability.v6i1.6954>.
- Alfani, Mufti Hasan, Putri Nuraini, Zulfadli Hamzah, and Sri Okta Bella. “*Pengaruh Financial Behavior Terhadap Keputusan Investasi Tabungan Emas Pada Bank Syariah.*” *Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance* 06, no. 01 (2023): 305–11.
- Anggraeni, Dara Puspita, Dedi Rosadi, Hermansah Hermansah, and Ahmad Ashril Rizal. “*Prediksi Harga Emas Dunia Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Model ARIMA.*” *Jurnal Aplikasi Statistika & Komputasi Statistik* 12, no. 1 (2020): 71. <https://doi.org/10.34123/jurnalasks.v12i1.264>.
- Apriani, Rizka. “*Strategi Pemasaran Cicil Emas Dan Tabungan Emas Sebagai Produk Unggulan d i Lembaga Keuangan Syari’Ah*” 4, no. 1 (2025): 68–94. <https://doi.org/10.69768/ji.v4i1.76>.
- Ariska, Chita Putri, Rizal Agus, and Muslim Marpaung. “*Pengaruh Strategi Promosi, Religiusitas, Fluktuasi Harga Emas Dan Digitalisasi Terhadap Keputusan Nasabah Berinvestasi Tabungan Emas.*” *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan* 3, no. 1 (2022): 477–87.
- Aziz, Nazzarudin, and Vito Shiga Hendrastyo. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang.*” *Jurnal Pundi* 3, no. 3 (2020): 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>.
- Budiono, I Nyoman. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah. Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning: Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau*. Vol. 16, 2022.
- Damiati, Luh Masdarini, Made Suriani, Ni Desak Made Sri Adnyawati, Cok Istri Raka Marsiti, Ketut Widiartini, and Made Diah Angendari. *Perilaku Konsumen. Widina*. Vol. 5, 2021.

- Dede Arseyani pratamasyari. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Tabungan Emas Di Pegadaian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating.” Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (2022): 159–73. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.149.159-173>.
- Fadila, Kiki Nur. *“Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minas Nasabah Menggunakan Produk Rahn Di PT. Pegadaian Persero Unit Pegadaian Syariah Cikpuan Pekanbaru.” Repository UIN Suska Riau*, 2021, 1–78.
- Fauziah, Mita Rahmawati. *“Investasi Logam Mulia (Emas) Di Penggadaian Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.” Tahkim: Jurnal Hukum Dan Syariah* XV, no. 1 (2019): 63–73. <https://core.ac.uk/download/pdf/229360494.pdf>.
- Florensia K. Lamanele¹, Daisy S. M. Engka², Agnes L. Ch. P. Lapien. *“Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam”* 24, no. 1 (2024): 25–36.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Universitas Diponegoro., 2018.
- Harahap, F S S. *“Implementasi Penggunaan Fitur E-Mas Pada Bsi Mobile Sebagai Media Investasi Modern.” Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi ...* 8, no. 9 (2024): 153–59.
- Haryanti, Fitri, and Lulup Endah Tripalupi. *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng.” Jurnal Akuntansi Profesi* Vol.12 (2022): No.2 Diakses April 2025.
- Hidayah, H T. *“Strategi Promosi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta Dalam Meningkatkan Minat Gadai Emas,”* 2023.
- Kasmaniar, Kasmaniar, Khairuna, Fitriliana, Filia Hanum, and Juwita. *“Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Penggadaian Syariah.” JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)* 9, no. 5 (2023): 2228–35. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1594>.

- Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an TIKRAR (Al-Qur'an Hafalan), (Jakarta: Sygma Creative Media Corp), QS. Al-Mā'idah [5]: 87–88, Juz 7, hlm. 122.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. Al-Qur'an TIKRAR: Al-Qur'an Hafalan. Jakarta: Sygma Creative Media Corp. QS. Al-Jātsiyah [45]: 18, Juz 25, hlm. 500.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. Al-Qur'an TIKRAR: Al-Qur'an Hafalan. Jakarta: Sygma Creative Media Corp. QS. Az-Zukhruf [43]: 35, Juz 25, hlm. 493
- Khurotul Fadilah, and Amma Fazizah. “*Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas.*” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 3 (2023): 164–75. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1275>.
- Kurniawati, K. “*Minat Investasi Nasabah Pada Fitur Tabungan E-Mas Digital Bsi Mobile Di Bank Syariah Indonesia.*” *Widya Balina* 8, no. 2 (2023): 981–91.
- Lestari, Ghefira Citra, R Ali Pangestu, and Imam Abdul Aziz. “*Tabungan Emas Pada Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi Pada Pegadaian Syariah Graha Pos Cibinong) Factors That Facilitate Customers in Gold Savings Transactions on the Pegadaian Syariah Digital Application (Study At Sharia Pawnshop Graha Pos Cibi.*” *Jurnal Sosial Humaniora* 2, no. 4 (2024).
- M.Nazori Madjid, Refky Fielnanda, and Bela Sesarwati. “*Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Jelutung.*” *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika* 2, no. 1 (2022): 55–64. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i1.692>.
- Maharani, Nine Septa. “*Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas.*” *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 1 (2020): 57. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.702>.
- Mufaini, Lyly Anesa, Agustina Mutia, Aztyara Ismadharliani, Universitas Islam, Negeri Sulthan, and Thaha Saifuddin. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Tabungan Emas (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian)*” 5, no. 3 (2024): 512–23.

- Nilai Sary Hasibuan. *“Analisis Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan,”* 2021, 61–77.
- Nu'man, Muhammad. *“Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Madani Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jati Mulyo Lampung Selatan.”* *Aleph* 87, no. 1,2 (2023): 149–200.
- Nur Ainun Ningsih, Tuti Anggraini, and Nurul Jannah. *“Pengaruh Syariah Marketing, Service Excellence Dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Nasabah Tentang Tabungan Emas: Studi Kasus BSI KCP Panyabungan.”* *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 9 (2024): 4497–4512. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i9.5051>.
- Pai, Febrina Sophianti, Silvya L. Mandey, and Hendra N. Tawas. *“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Istiqlal Manado).”* *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, ManajeApriani, Rizka. “Strategi Pemasaran Cicil Emas Dan Tabungan Emas Sebagai Produk Unggulan d i Lembaga Keuangan Syari ’ Ah”* 4, No. 1 (2025): 68–94. <https://doi.org/10.69768/Ji.V4i1.76>. *Men, Bisnis Dan Akuntansi* 11, no. 02 (2023): 227–39. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.47866>.
- Penghindaran, Terhadap, and Pajak Tax. *“Pengaruh Profitabilitas, Leveragedan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance)”* 3, no. 2 (2021): 354–67.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Edisi ke-15 (Harlow: Pearson Education Limited, 2016), hlm. 179.
- Puspita Sari, Juli Dwina, and Sayyidah Azzafira Azzafira. *“Analisis Pengaruh Pendapatan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas Di Pegadaian Syariah.”* *Jurnal Investasi Islam* 6, no. 2 (2021): 95–117. <https://doi.org/10.32505/jii.v6i2.3552>.
- Putri, Zalpa Salsabila, and Nur'aeni Nur'aeni. *“Analisis Fluktuasi Harga Emas Dan Tingkat Inflasi Terhadap Pendapatan Gadai Emas Syariah Di Bank Syariah Mandiri.”* *Indonesian Journal of Economics and Management* 1, no. 3 (2021): 489–98. <https://doi.org/10.35313/ijem.v1i3.3491>.

- Rahman, Supandi. “Pengaruh Tingkat Harga Dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Minat Bertransaksi Di Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo.” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (2022): 71–83. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.118>.
- Ramadhani, Siti, Aufa Yasifa, and Ridho Rizky. “Digitalisasi Administrasi Di Mi.” *Jurnal Mappesona* 7, no. 2 (2024): 65–74. <file:///C:/Users/MyBook/Hype/AMD/Downloads/admin,+2.+4600-11166-1-SM.pdf>.
- Rikantasari, Shelvyna, Universitas Islam, and Negeri Sunan. “Generasi Y,” 2020.
- Safii, Ahmat. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Kesesuaian Syariah, Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menabung Emas Melalui Aplikasi Digital” 47, no. 1 (2023): 100950. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.01.002%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.100950%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.04.007%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.trd.2021.102816%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.tra.2020.03.015%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.>
- Salim, Agus. “Konstruksi Akad Wadiah Yad Al Amanah Pada Tabungan Emas Bank Syariah Indonesia.” *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah* 5, no. 1 (2024): 1–18. <https://doi.org/10.52431/minhaj.v5i1.1837>.
- Siregar, Titiek Asyimah. “Pengaruh Produk, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan,” 2021, 1–143.
- Sonya, Rulan Aprestiandy. “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri.” *Otonomi* 20 (2020): 396–406.
- Wahyuningsih ED, Aniqotunnafiah Aniqotunnafiah, and Khoiriyah SN. “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Emas.” *Pajak Dan Manajemen Keuangan* 1, no. 4 (2024): 138–52. <https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v1i4.426>.

Widyasari, R. *"Promosi Dan Perubahan Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah."* IAIN Palopo Repository, 2022. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5149/1/RESKI.pdf>.

Widyasari, Reski. *"Pengaruh Promosi Dan Perubahan Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Luwu."* Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Negeri Palopo, 2022, h.1.

Yismaw Ayenew, Yibeltal. *"Promotional Strategy and Organizational Performance: Source from Systematic Review Literature."* American Journal of Theoretical and Applied Business 9, no. 3 (2023): 75–85. <https://doi.org/10.11648/j.ajtab.20230903.12>.

Yuanti, Putri, and Muhammad Iqbal Fasa. *"Peran Pemasaran Digital Dalam Integrasi Influencer Di Bank Syariah Mempengaruhi Strategi Promosi Yang Inovatif."* Jurnal Media Akademik (Jma) 2, no. 11 (2024): 3.

Zulfikar, Jefik. *"Investasi Emas Dalam Perspektif Hukum Islam."* Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol. 05, no. No. 2 (2021): h. 100.