

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Adapun laporan Statistik Perbankan Indonesia (SPI) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat total aset perbankan syariah sampai dengan Juni 2023 sebesar Rp801,68 triliun<sup>1</sup>. Jumlah ini naik dari Juni 2022 yang sebesar Rp703,55 triliun. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah Lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia, yang merupakan hasil penggabungan (*merger*) dari ketiga bank syariah yaitu BSM, BRIS dan BNIS ini terbentuk pada tanggal 01 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia menawarkan berbagai solusi keuangan syariah, salah satunya dengan layanan produk pembiayaan cicil emas. Bank Syariah Indonesia sebagai salah satu pemimpin di bidang perbankan syariah menawarkan produk keuangan berupa cicil emas sebagai pilihan bagi nasabah yang ingin berinvestasi emas sesuai hukum syariah.

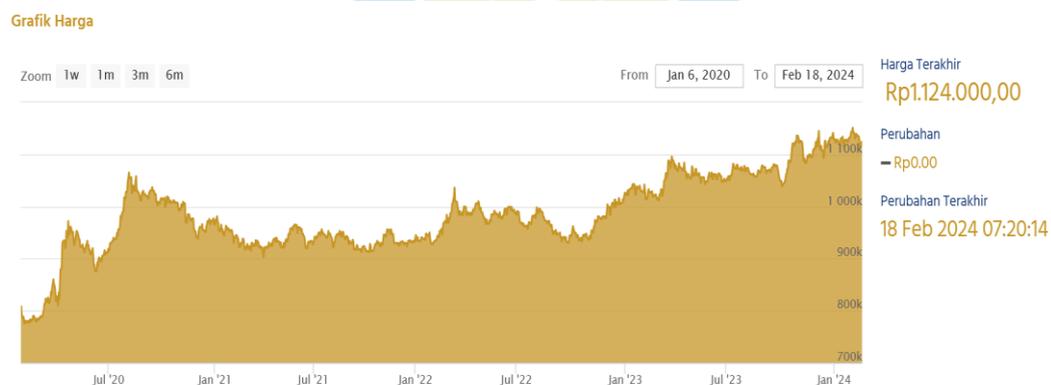
Saat ketidakpastian ekonomi meningkat, minat dalam investasi emas cenderung naik. Ketika pasar keuangan mengalami gejolak atau fluktuasi yang signifikan, banyak orang mencari perlindungan dalam bentuk aset yang dianggap

---

<sup>1</sup>“Laporan Statistik Perbankan Indonesia,” accessed February 18, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231120072545-17-490267/bsi-yakin-pembiayaan-syariah-tumbuh-double-digit-tahun-depan>.

aman dan stabil seperti emas<sup>2</sup>. Investasi emas bisa jadi *safe heaven* di masa krisis ekonomi, seperti saat pandemi Covid-19 mewabah di Indonesia. Pada bulan Agustus 2020, harga emas menembus Rp 1juta/gramnya, naik 30% jika dibandingkan dengan harga emas bulan Agustus 2019<sup>3</sup>. Emas dianggap sebagai aset yang dapat melindungi nilai kekayaan dari fluktuasi nilai mata uang dan inflasi. Karena emas memiliki nilai intrinsik yang stabil, banyak orang melihatnya sebagai bentuk lindung nilai jangka panjang.

**Gambar 1.1 Grafik Harga Emas Tahun 2020-2024**



Sumber: <https://www.logammulia.com/id> diakses 18 February 2024

Berdasarkan data dari grafik tersebut, dapat disimpulkan bahwa rata rata harga emas cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Menabung emas khususnya dalam jangka panjang dalam bentuk logam mulia akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan menabung dalam bentuk uang. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa investasi uang kurang menguntungkan karena uang terpengaruh oleh inflasi dan fungsi atau nilai tukar serta nilai daya belinya semakin lama semakin menurun<sup>4</sup>. Investasi emas juga dapat berperan sebagai bagian dari

<sup>2</sup> Martin Mulyadi and Yunita Anwar, "Gold versus Stock Investment: An Econometric Analysis," *International Journal of Development and Sustainability* 1 (June 1, 2012).

<sup>3</sup>"Investasi Emas Dalam Islam," accessed February 18, 2024, <https://www.tanamduit.com/belajar/investasi/investasi-emas-dalam-islam>.

<sup>4</sup>"Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Pembiayaan Bsm Cicil Emas (Studi Pada Bank Syariah Mandiri K.C. Purwokerto) | Fauziah | *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*," accessed February 18, 2024,

<https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/Islamadina/article/view/1817>.

diversifikasi portofolio. Dengan memiliki beberapa jenis aset, termasuk emas, investor dapat mengurangi risiko dan meningkatkan potensi keuntungan jangka panjang.

Pada zaman Rasulullah, emas digunakan sebagai alat tukar dalam bentuk dinar dan dirham. Pada saat itu, Rasulullah mengubah cara perekonomian penduduk Arab yang semula menggunakan barter beralih dengan dinar dan dirham. Karena terbuat dari emas, sejak zaman dulu dinar memiliki nilai tukar yang tetap sehingga tidak pernah mengalami inflasi atau deflasi. Sebagai contoh, harga satu ekor kambing sejak zaman Rasulullah adalah berkisar senilai 1 Dinar dan hingga saat ini nilainya masih setara. Di era saat ini, koin dinar dirham tidak lagi digunakan sebagai mata uang atau alat tukar. Tetapi, dinar dirham masih bisa diperjualbelikan sebagai aset investasi layaknya emas.

Emas menjadi instrumen investasi yang aman bagi umat muslim. Berdasarkan QS: An-Nisa ayat 9, Allah berfirman :

وَالْيَخُشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

*Artinya: "Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya. Maka, bertakwalah kepada Allah dan berbicaralah dengan tutur kata yang benar (dalam hal menjaga hak-hak keturunannya)".* Ayat tersebut menganjurkan umat muslim untuk mempersiapkan kesejahteraan keturunan saat ini dan di masa yang akan datang. Untuk itu, emas salah satu jalan untuk mempersiapkan kesejahteraan tersebut di masa mendatang.

Dalam Islam, ada perbedaan pendapat di kalangan ulama tentang status emas sebagai barang ribawi. Beberapa ulama berpendapat bahwa emas masih termasuk dalam kategori barang ribawi, sementara yang lain berpendapat bahwa emas tidak lagi dianggap sebagai barang ribawi<sup>5</sup>. Perdebatan ini terutama berkaitan dengan pengertian dan interpretasi konsep ribawi dalam konteks zaman modern. Ada beberapa pendapat ulama yang menjadi landasan hadirnya Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor:77/ DSNMUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Secara

<sup>5</sup> Pipi Sopiah, Diah Siti Sadi&#39, and ah, "Investasi Emas Online Di Aplikasi Shopee Dan PT. Pegadaian Dalam Perspektif Fatwa Dsn-Mui Nomor 77/Dsn-Mui/v/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai," *Al-Muamalat* 8, no. 2 (July 2021): 81–89, <https://doi.org/10.15575/am.v8i2.12961>.

Tidak Tunai, diantaranya : Pertama, mayoritas fuqaha, dari madzhab Hanafi, Maliki, Syafi'i, dan Hambali melarang jual beli emas secara tidak tunai. Para fuqaha yang melarang beralasan bahwa emas dan perak adalah *tsaman* (harga, alat pembayaran, utang) yang tidak boleh dipertukarkan secara angsuran maupun tangguh, karena hal itu menyebabkan riba.

Kedua, Ibnu Taimiyah, Ibnu Qayyim, dan ulama Kontemporer yang sependapat menyatakan bahwa jual beli emas secara tidak tunai diperbolehkan dengan alasan: 1) Emas dan perak merupakan barang yang dijual dan dibeli seperti halnya barang biasa, dan bukan lagi *tsaman* (harga alat pembayaran, utang); 2) Manusia sangat membutuhkan untuk melakukan jual beli emas. Apabila tidak diperbolehkan jual beli emas secara angsur maka rusaklah kemaslahatan manusia dan mereka akan kesulitan; 3) Emas dan perak setelah dibentuk menjadi perhiasan berubah menjadi seperti pakaian dan barang, dan bukan merupakan *tsaman*. Oleh karenanya tidak terjadi riba (dalam pertukaran atau jual beli) antara perhiasan dengan harga (uang), sebagaimana tidak terjadi riba (dalam pertukaran atau jual beli) antara harga (uang) dengan barang lainnya, meskipun bukan dari jenis yang sama; 4) Sekiranya pintu jual beli emas secara angsuran ini ditutup, maka tertutuplah pintu utang piutang, masyarakat akan mengalami kesulitan yang tidak terkira.

Saat ini emas dipandang bukan sebagai alat pembayaran namun sebagai komoditas. Dengan demikian pertukaran mata uang dengan emas sebagaimana pada produk cicil emas BSI tidak diharuskan tunai tetapi boleh secara cicil dan tidak termasuk riba jual beli karena antara uang dan barang<sup>6</sup>. Pendapat yang menyatakan bahwa emas bukan lagi barang ribawi menekankan pada perubahan kondisi sosial dan ekonomi yang terjadi seiring dengan perkembangan zaman. Mereka berargumen bahwa emas sekarang dapat dianggap sebagai salah satu komoditas yang diperdagangkan dan digunakan sebagai alat investasi atau simpanan nilai seperti halnya dengan aset lainnya. Oleh karena itu, aturan-aturan khusus yang berlaku untuk barang ribawi tidak lagi diterapkan pada emas.

---

<sup>6</sup> "Investasi Emas Dalam Perspektif Hukum Islam | Hafizd | Jurnal Hukum Ekonomi Syariah," accessed February 23, 2024, <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jhes/article/view/5302/4237>.

Rasulullah melarang investasi yang melibatkan riba dan gharar (ketidakpastian). Beliau menganjurkan umat muslim untuk mengutamakan transparansi dan keadilan dalam berbisnis. Prinsip ini masih sangat relevan dalam dunia investasi modern. Disamping keuntungan yang dimiliki, investasi emas juga memiliki beberapa risiko yang perlu dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk investasi emas. Beberapa risiko umum yang terkait dengan investasi emas, pertama harga emas dapat mengalami fluktuasi yang signifikan dalam jangka pendek. Faktor-faktor seperti permintaan dan penawaran global, kondisi pasar finansial, dan sentimen investor dapat mempengaruhi harga emas. Fluktuasi ini dapat menyebabkan nilainya naik atau turun, sehingga dapat menyebabkan kerugian atau keuntungan bagi investor. Kedua, emas perlu disimpan dengan aman dan dijaga dari risiko pencurian, kerusakan, atau kehilangan. Satu-satunya kelemahan emas adalah sifatnya yang tidak fleksibel dalam penyimpanannya, serta mudah dicuri<sup>7</sup>. Hal ini dapat memerlukan biaya tambahan untuk proses penyimpanan. Ketiga, pengaruh nilai tukar mata uang, Ketika nilai mata uang rupiah menguat terhadap dollar maka nilai emas akan menurun dan sebaliknya nilai emas akan naik apabila nilai mata uang rupiah melemah terhadap dollar. Pada saat uang kertas kehilangan nilainya emas justru semakin berharga.

Pada konferensi pers paparan kinerja kuartal 2023 yang dilaksanakan pada tanggal 27 April 2023, PT BSI mencatatkan pertumbuhan bisnis produk cicil emas sebesar 32,79% menjadi Rp 6,29 triliun hingga Maret 2023 dengan jumlah nasabah lebih dari 110 ribu orang<sup>8</sup>. Bank Syariah Indonesia memiliki produk pembiayaan cicil emas untuk memudahkan para nasabah yang berminat investasi emas dengan cara mencicil (diangsur) berdasarkan akad murabahah dan pengikatan agunan dengan akad rahn sehingga timbul biaya penyimpanan (ujroh). Fasilitas BSI Cicil Emas juga telah mendapatkan izin dari OJK dan sesuai prinsip syariah berdasarkan

---

<sup>7</sup> Christianti, Yana Dwi, RB Iwan Noor Suhasto, and Rosyida Nurul Anwar. "Investasi Emas Pada Masa Pandemi Covid 19 (Kajian Kritis Secara Islam)." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 6.2 (2022): 1-11.

<sup>8</sup>"BSI Catatkan Produk Cicil Emas Tumbuh," accessed February 22, 2024, <https://www.liputan6.com/saham/read/5271714/bank-syariah-indonesia-catatkan-produk-cicil-emas-tumbuh-jadi-rp-629-triliun-hingga-maret-2023?page=2>.

Fatwa DSN MUI No 77/DSN-MUI/V/2010<sup>9</sup>. Produk Cicil Emas adalah salah satu produk yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Indonesia sejak 25 Maret 2013 (produk BSM) yang merupakan produk kepemilikan emas untuk masyarakat. Produk Cicil Emas memberikan kesempatan masyarakat untuk memiliki emas batangan dengan cara mencicil dengan menggunakan akad murabahah dengan jaminan diikat dengan rahn (gadai) dengan berat minimal 10 gram hingga 250 gram. Pembiayaan menggunakan akad Murabahah (dibawah tangan) dan pengikatan agunan dengan menggunakan akad rahn (gadai).

Akad murabahah adalah akad jual beli di mana harga dan margin (keuntungan) telah disepakati antara penjual dan pembeli. Jenis dan jumlah barang dijelaskan dengan rinci. Barang diserahkan setelah akad jual beli dan pembayaran bisa dilakukan secara mengangsur atau cicilan. Selain itu, ada juga akad rahn adalah penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas lantakan dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) mencatatkan pertumbuhan bisnis emas sebesar 21,38% (*year-on-year/yoy*) per Desember 2023 dan sekitar 47,47 persen dari pertumbuhan tersebut berasal dari generasi milenial<sup>10</sup>. Bank melihat tren tersebut mengindikasikan minat anak muda terhadap investasi melalui emas. Untuk itu, BSI berupaya meningkatkan literasi dan inklusi pembiayaan dan investasi melalui emas. Menurut wakil direktur utama Bank Syariah Indonesia Bob Tyasika Ananta, emas itu merupakan salah satu investasi ritel yang menjangkau semua elemen masyarakat. Alasannya karena emas adalah investasi yang liquid, aman dan semacam hedging terhadap inflasi<sup>11</sup>.

Berikut adalah data yang diperoleh penulis berupa jumlah data *loan* (NoA) dan *Outstanding* pembiayaan (nominal) dari beberapa cabang BSI *cluster* Bandung

---

<sup>9</sup> "Fatwa DSN MUI," accessed February 22, 2024, <https://dsnemui.or.id/kategori/fatwa/page/8/>.

<sup>10</sup> "Bisnis Emas BSI Tumbuh," accessed February 18, 2024, <https://www.antaraneews.com/berita/3950205/bisnis-emas-bsi-tumbuh-2138-persen-disumbang-generasi-muda>.

<sup>11</sup> "Bisnis Emas Bank Syariah Indonesia," accessed February 22, 2024, <https://www.liputan6.com/saham/read/5401694/bisnis-emas-bank-syariah-indonesia-sentuh-rp-63-triliun?page=4>.

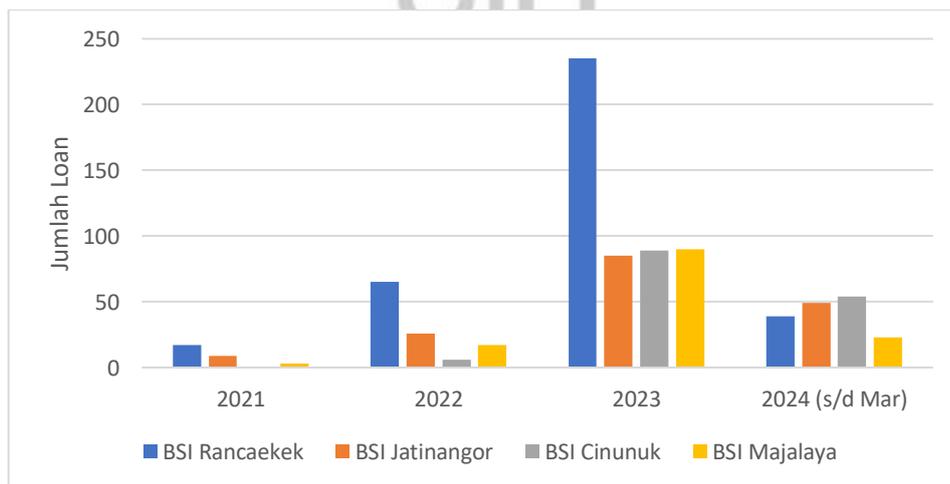
Timur yang terdiri dari 4 cabang yaitu Cabang BSI Jatinangor, Rancaekek, Cinunuk dan Majalaya dalam periode Tahun 2021-2024 :

**Tabel 1.1 Data Jumlah Loan (NoA) dan Outstanding Pembiayaan (Juta Rupiah) Produk Cicil Emas BSI**

No	CABANG	Jumlah Loan (NoA)				Jumlah Outstanding Pembiayaan (Juta Rupiah)			
		2021	2022	2023	2024 (s/d Mar)	2021	2022	2023	2024 (s/d Mar)
1	BSI Rancaekek	17	65	235	39	175	541	4,100	2,100
2	BSI Jatinangor	9	26	85	49	326	817	1,521	755
3	BSI Cinunuk	0	6	89	54	0	94	684	874
4	BSI Majalaya	3	17	90	23	46	362	1,615	627

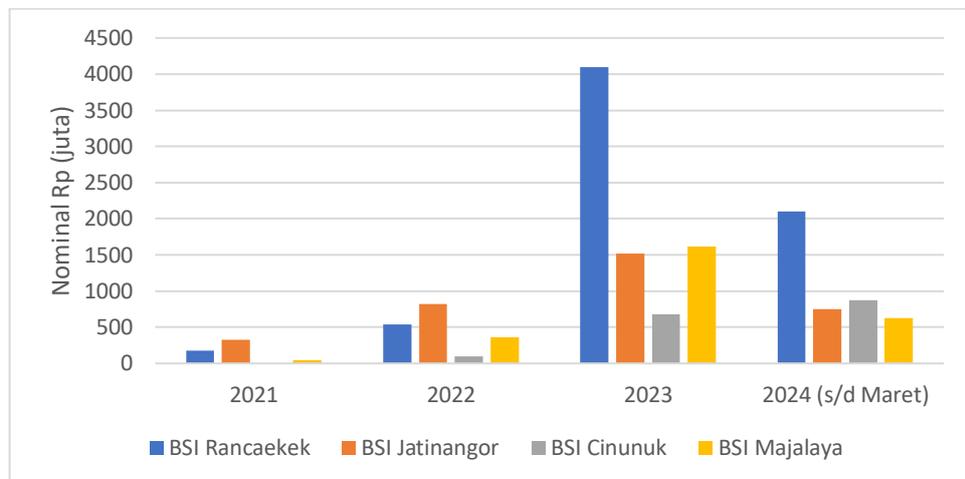
Sumber: Data Pembiayaan Cicil Emas BSI Rancaekek, Jatinangor, Cinunuk, Majalaya

Berdasarkan data tabel diatas, menunjukkan bahwa pada periode tahun 2021-2023 jumlah *loan* dan jumlah *outstanding* pembiayaan pada produk cicil emas BSI untuk cabang BSI Rancaekek, BSI Jatinangor, BSI Cinunuk dan BSI Majalaya mengalami kenaikan, sedangkan pada tahun 2024 data yang diperoleh hanya sampai dengan bulan Maret, sehingga masih belum dapat diketahui apakah sampai dengan akhir tahun 2024 jumlah *loan* akan meningkat atau menurun dibandingkan tahun sebelumnya.



Sumber: Data Pembiayaan Cicil Emas BSI Rancaekek, Jatinangor, Cinunuk, Majalaya

**Gambar 1.2 Data Grafik Jumlah Loan Cicil Emas BSI Tahun 2021-2024**



Sumber: Data Pembiayaan Cicil Emas BSI Rancaekek, Jatinangor, Cinunuk, Majalaya

**Gambar 1.3 Data Grafik Outstanding Pembiayaan Cicil Emas BSI 2021-2024**

Berdasarkan gambar data grafik 1.2 dan 1.3, secara tidak langsung menunjukkan tren kenaikan jumlah nasabah yang bertransaksi cicil emas di BSI Rancaekek, BSI Jatinangor, BSI Cinunuk dan BSI Majalaya mengalami kenaikan setiap tahunnya. Keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya investasi mendorong minat masyarakat dalam berinvestasi emas. Peluang ini dimanfaatkan oleh Lembaga keuangan seperti Bank BSI dalam produk layanan pembiayaan cicil emas untuk memudahkan nasabah dalam berinvestasi emas. BSI menawarkan produk pembiayaan cicil emas sebagai salah satu pilihan bagi nasabah yang ingin berinvestasi dalam emas secara syariah. Dengan persyaratan yang mudah dan aman nasabah bisa memiliki tabungan emas berupa emas antam.

Adanya perbankan syariah di Indonesia sangatlah membantu masyarakat, khususnya umat muslim dalam bertransaksi di bank. Masyarakat tidak perlu takut lagi dengan adanya bunga di dalamnya, karena transaksi di perbankan syariah sudah dikaitkan dengan syariat Islam sebagaimana yang tidak dilarang Allah. Sebagaimana dikatakan Imam Al-Gazālī, tujuan hukum syariat adalah untuk melindungi keyakinan (iman), jiwa, pikiran, keturunan dan harta. Beliau menekankan bahwa tujuan prioritas hidup manusia adalah mewujudkan

kebahagiaan dunia dan akhirat. Dengan adanya perbankan syariah, membuat masyarakat muslim bertransaksi sesuai dengan syariat Islam dan tentunya tidak melanggar ajaran perintah Allah dan Rasul-Nya<sup>12</sup>.

Dalam ajaran agama Islam melarang adanya bunga Bank (riba), namun dalam praktiknya bentuk kegiatan usaha, produk dan jasa perbankan syariah yang secara konseptual tidak berdasar pada bunga kurang dimengerti oleh Masyarakat<sup>13</sup>. Sebagian masyarakat sudah memahami apa itu Bank Syariah namun masih awam mengenai produk yang dimilikinya, sehingga menyebabkan masyarakat enggan menggunakan produk-produk yang ditawarkan namun hanya diminati bagi masyarakat yang ingin menabung untuk menghindari riba. Masalah tersebut, tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Menurut Tjiptono<sup>14</sup>, keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Keputusan nasabah dalam memilih produk sangatlah penting karena berdampak langsung terhadap kepuasan nasabah itu sendiri.

Di Bank Syariah Indonesia, menurut dugaan peneliti, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas BSI di antaranya adalah faktor religiusitas, pengetahuan produk dan fluktuasi harga emas. Olehkarena itu, peneliti melakukan wawancara atau observasi awal terhadap 20 responden secara acak untuk mengetahui tanggapan nasabah mengenai produk pembiayaan cicil emas di BSI dari aspek religiusitas, pengetahuan produk dan fluktuasi harga emas terhadap Keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di BSI. Wawancara awal ini dilakukan di beberapa kantor cabang BSI yaitu BSI Cabang Rancaekek, Jatinangor, Cinunuk dan Majalaya. Berikut tabel hasil

<sup>12</sup> Susi Apriya, "Penerapan Sistem Ekonomi Islam Klasik Al-Gazālī Pada Perekonomian Indonesia," *Al-Aflah* 1, no. 1 (2022): 38–51.

<sup>13</sup> Katuuk, Tumbel, and Samadi, "Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Bni Kantor Cabang Pembantu Bahu.," *Urnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2019.

<sup>14</sup> Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, 3rd ed. (Yogyakarta: Andi, 2014).

wawancara awal tanggapan nasabah terkait produk pembiayaan cicil emas BSI Cluster Bandung Timur (Rancaekek, Jatinangor, Cinunuk dan Majalaya).

**Tabel 1.2 Hasil Wawancara Awal Tanggapan Nasabah Cicil Emas BSI**

No	Pertanyaan	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Apa anda tahu produk Cicil Emas BSI?	Ya	20	100%
		Tidak	0	0
2	Apakah Anda lebih memilih produk cicil emas berbasis syariah dibandingkan dengan produk konvensional?	Ya	13	65%
		Tidak	7	35%
3	Apakah kepatuhan pada prinsip-prinsip agama menjadi pertimbangan utama dalam keputusan finansial Anda?	Ya	12	60%
		Tidak	8	40%
4	Apakah Anda merasa memiliki pengetahuan yang cukup mengenai fitur dan manfaat produk cicil emas BSI?	Ya	15	75%
		Tidak	5	25%
5	Apakah pengetahuan Anda tentang risiko produk cicil emas mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih produk ini?	Ya	14	70%
		Tidak	6	30%
6	Apakah fluktuasi harga emas mempengaruhi keputusan Anda dalam memilih produk cicil emas?	Ya	11	55%
		Tidak	9	45%
7	Apakah Anda akan menunda keputusan untuk berinvestasi pada cicil emas jika harga emas sedang tinggi?	Ya	12	60%
		Tidak	8	40%

Sumber : Wawancara 20 responden (Data diolah, 2024)

Berdasarkan data Tabel 1.2 hasil wawancara 20 responden yaitu nasabah BSI Cabang Rancaekek, Jatinangor, Cinunuk dan Majalaya yang telah mengetahui produk cicil emas BSI, maka didapatkan beberapa informasi seperti sebanyak 65%

atau 13 responden lebih memilih produk cicil emas berbasis syariah dibandingkan dengan produk konvensional (Ya) dan 35% atau 7 responden (Tidak). Kepatuhan prinsip agama menjadi pertimbangan utama dalam Keputusan finansial 60% atau 12 responden menjawab (Ya) dan 40% atau 8 responden menjawab (Tidak). Nasabah memiliki pengetahuan yang cukup mengenai fitur dan manfaat produk cicil emas BSI, sebanyak 75% atau 15 responden menjawab (Ya) dan 25% atau 5 responden menjawab (Tidak). Pengetahuan tentang resiko produk cicil emas mempengaruhi Keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas, sebanyak 70% atau 14 responden menjawab (Ya) dan 30% atau 6 responden menjawab (Tidak). Fluktuasi harga emas mempengaruhi Keputusan dalam memilih produk cicil emas, sebanyak 55% atau 11 responden menjawab (Ya) dan 45% atau 9 responden menjawab (Tidak). Nasabah menunda Keputusan berinvestasi cicil emas jika harga emas sedang tinggi, sebanyak 60% atau 12 responden menjawab (Ya) dan 40% atau 8 responden menjawab (Tidak). Dengan adanya wawancara awal dan jawaban dari responden membantu peneliti untuk memahami persepsi, motivasi dan preferensi nasabah lebih mendalam sehingga dapat memberikan gambaran umum tentang bagaimana nasabah membuat keputusan dalam memilih produk cicil emas di BSI dalam hal ini dari aspek religiusitas, pengetahuan produk dan fluktuasi harga emas. Hasil wawancara awal menunjukkan bahwa adanya aspek religiusitas, pengetahuan produk dan fluktuasi harga emas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah karena lebih dari 50% rata-rata jawaban responden menjawab “Ya”.

Religiusitas adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorong berpikir, bersikap, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agamanya<sup>15</sup>. Religiusitas merupakan salah satu alasan utama masyarakat Muslim memilih Bank Syariah. Islam sudah jelas-jelas mengharamkan bunga pada Bank konvensional, sehingga untuk menghindari larangan tersebut adalah dengan memilih Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang bebas dari bunga. Dalam

---

<sup>15</sup> Arfan Maisur and M Shabri, “Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh,” 2015.

ayat Al-Qur'an dan hadist, umat muslim juga dianjurkan untuk mempersiapkan kesejahteraan keturunan saat ini dan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, emas salah satu bentuk motivasi menabung (*saving motivation*) untuk mempersiapkan kesejahteraan tersebut di masa mendatang.

Selain religiusitas, faktor pengetahuan produk (*product knowledge*) juga menjadi salah satu faktor penting yang dapat menarik minat nasabah dalam memilih produk/jasa yang ditawarkan. Pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan dapat menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam keputusan memilih. Semakin jelas informasi dari suatu produk yang ditawarkan, maka akan semakin mudah bagi calon nasabah untuk menentukan apakah produk tersebut telah sesuai keinginannya dan dapat memenuhi kebutuhannya. Apabila dianggap telah sesuai keinginan dan kebutuhannya tentunya calon nasabah akan mempertimbangkan untuk menggunakan produk tersebut.

Faktor penting lainnya yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk/jasa yang ditawarkan adalah faktor harga. Nasabah akan membandingkan harga produk dengan nilai yang mereka terima dari produk tersebut. Harga pada dasarnya merupakan teori dasar dari bauran pemasaran dan perilaku konsumen. Keduanya dapat digunakan ketika melihat persepsi harga terhadap keputusan pembelian suatu produk barang atau jasa. Persepsi harga bagi konsumen mempunyai hubungan terhadap keputusan pembelian ketika konsumen memulai mempersepsikan harga untuk suatu produk barang atau jasa. Ketika konsumen telah mengenal produk barang atau jasa yang diinginkan atau dibutuhkan. Konsumen akan mulai mencari informasi mengenai harga suatu produk barang atau jasa. Pencarian informasi inilah yang disebut sebagai proses psikologi dalam perilaku konsumen adalah persepsi. Sebelum memutuskan membeli suatu produk barang atau jasa, konsumen akan mempersepsikan apakah harga dari suatu produk barang atau jasa terjangkau dengan harganya yang murah atau adanya diskon (promo)<sup>16</sup>. Setelah itu, konsumen baru memutuskan keputusan pembelian terhadap suatu produk barang atau jasa.

---

<sup>16</sup> Makmur Hasanuddin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan

Berkenaan dengan latar belakang tersebut, maka penulis dipandang perlu melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian ini, antara lain:

1. Seberapa besar pengaruh faktor religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur?
2. Seberapa besar pengaruh faktor pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur?
3. Seberapa besar pengaruh faktor fluktuasi harga emas terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur?
4. Seberapa besar pengaruh faktor religiusitas, pengetahuan produk, dan fluktuasi harga emas secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur?

2. Untuk menganalisis pengaruh faktor pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur?
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor fluktuasi harga emas terhadap tingkat keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur?
4. Untuk menganalisis pengaruh faktor religiusitas, pengetahuan produk dan fluktuasi harga emas secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur?

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki beberapa kegunaan, baik secara akademis maupun praktis:

##### 1. Secara Teoritis:

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada teori perilaku konsumen dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah khususnya dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur. Hal ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana konsumen atau nasabah membuat keputusan memilih produk cicil emas BSI berdasarkan faktor religiusitas, pengetahuan produk dan fluktuasi harga emas. Selain itu, penelitian ini berkontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan dan literatur akademis di bidang pemasaran, perilaku konsumen, dan perbankan syariah. Temuan dan penemuan baru dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan pengetahuan yang berkelanjutan.

##### 2. Secara praktis:

###### a) Bagi Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi bank syariah dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk produk pembiayaan cicil emas. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, dalam penelitian ini khususnya religiusitas, pengetahuan produk dan

fluktuasi harga emas maka informasi yang diperoleh tentang atribut yang dianggap penting oleh nasabah dapat digunakan untuk mengidentifikasi area perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. Kepuasan nasabah yang tinggi dapat berdampak positif pada retensi nasabah, pembelian berulang, dan pembangunan hubungan jangka panjang yang menguntungkan.

b) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan salah satu bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.

### E. Kajian Pustaka

Sebagai pelengkap penelitian ini maka perlu dilakukan sebuah studi peninjauan atas penelitian yang telah dilakukan terdahulu agar penelitian ini memiliki kerangka yang jelas dan referensi yang terbaru. Berdasarkan hasil pelacakan dan penelusuran peneliti terdahulu, sudah ada beberapa penelitian yang pernah membahas objek penelitian yang sama atau relevan yang dapat dijadikan sebagai tambahan referensi yang aktual dalam penyelesaian penelitian ini. Beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang telah ada dan berkaitan dengan judul antara lain sebagai berikut:

1. Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah dan Mustika W<sup>17</sup> (2020) penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank BRI Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). Hasil pembuktian hipotesis dan pembahasan menunjukkan bahwa (1) hedonisme, religiusitas, motivasi, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. (2) Hedonisme secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

---

<sup>17</sup> Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah, and Mustika Widowati, “Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang),” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2020): 303–12.

- (3) Religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. (4) Motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. (5) Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.
2. Anjas Mara, Abdullah Sani dan M Arfan Harahap<sup>18</sup> (2023) penelitian yang berjudul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat”. Berdasarkan pengujian tersebut menjelaskan bahwa Motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas mahasiswa STAI-JM Tanjung Pura mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat dan BSI di Kecamatan Stabat sebesar 75%. Koefisien variabel motivasi menghindari riba, pengetahuan produk dan religiusitas bernilai positif atau sejalan artinya masing-masing variabel memiliki hubungan yang positif atau sejalan dengan variabel terikat.
  3. Fajar R Maulana, Nevi Hasnita dan Evriyenni<sup>19</sup> (2020) penelitian yang berjudul “Pengaruh pengetahuan produk dan word of mouth terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah”. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel pengetahuan produk dan word of mouth secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah dimana kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi  $<0,05$ . Kemudian secara simultan, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk dan word of mouth memiliki pengaruh sebesar 51,5% terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah.
  4. Tri E Kosnia dan Clarashinta Canggih<sup>20</sup> (2022) penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Motivasi Serta Persepsi Terhadap

---

<sup>18</sup> Anjas Mara and Abdullah Sani, “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat,” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2023): 410–24.

<sup>19</sup> Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, and Evriyenni Evriyenni, “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah,” *JIHBI: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 2 (2020): 124–37.

<sup>20</sup> Tri Elok Kosnia and Clarashinta Canggih, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Motivasi Serta Persepsi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi

Keputusan Mahasiswa Memilih Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Jawa Timur)”. Hasil yang didapat dalam penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa secara parsial atau simultan pengetahuan, religiusitas, motivasi serta persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Bank Syariah sebesar 97,9%. Sedangkan secara simultan pengetahuan, religiusitas, motivasi serta persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Bank Syariah.

5. Angga Setiawansyah, Muhizar Muchtar dan Muhammad Saleh<sup>21</sup> (2023) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna Di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat”. Hasil penelitian menjelaskan baik secara parsial maupun secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas dan pengetahuan produk secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan murabahah serbaguna di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat.
6. Harini Abrilia Setyawati<sup>22</sup> (2021) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan pengetahuan produk terhadap sikap namun terdapat pengaruh signifikan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian. Kemudian religiusitas berpengaruh terhadap sikap, sikap terhadap keputusan pembelian.

---

Islam Jawa Timur),” *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 145–59.

<sup>21</sup> Angga Setiawansyah, Muhizar Muchtar, and Muhammad Saleh, “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna Di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat,” *AZIZI; Jurnal Perbankan Syariah Dan Manajemen Bisnis Islam* 1, no. 1 (February 20, 2023): 1–12.

<sup>22</sup> Harini Abrilia Setyawati, “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening,” *Accounting and Management Journal* 5, no. 1 (June 30, 2021): 39–46, <https://doi.org/10.33086/amj.v5i1.2047>.

7. La Ode Anto, Satira Yusuf dan Elvi Rezki Andari<sup>23</sup> (2022) penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di e-commerce, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di e-commerce. Secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di e-commerce dengan koefisien determinasi yakni 56,7%, sedangkan 43,3% lainnya disebabkan oleh beberapa faktor lain yang tidak dianalisa.
8. Mochammad Zainul Arifin, Agus Widarko dan Arini Fitria Mustapita<sup>24</sup> (2023), penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk Tabungan Emas, Citra Merek Dan Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Studi Pada Nasabah Di Kantor Cabang Dieng Kota Malang)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antar variabel produk tabungan emas, citra merek dan harga emas terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian. Nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dikaitkan dengan variabel produk tabungan emas, nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  dikaitkan dengan variabel citra merek, dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dikaitkan dengan variabel harga emas nasabah pegadaian.
9. Alvien S Haerisma, Makmuri Ahdi dan Laelatul Adha<sup>25</sup> (2021) penelitian yang berjudul “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fluktuasi harga emas secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap

---

<sup>23</sup> Satira Yusuf and Elvi Rezki Andari, “pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di e-commerce (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Halu Oleo),” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 2 (2022): 160–66.

<sup>24</sup> Mochamad Zainul Arifin, Agus Widarko, and Arini Fitria Mustapita, “Pengaruh Produk Tabungan Emas, Citra Merek Dan Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Studi Pada Nasabah Di Kantor Cabang Dieng Kota Malang),” *E – Jurnal Riset Manajemen* Vol. 12. No. 02, no. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma (2023), : <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm> (email : [adm\\_mjnfeb@unisma.ac.id](mailto:adm_mjnfeb@unisma.ac.id)).

<sup>25</sup> Alvien Haerisma, Makmuri Ahdi, and Laelatul Adha, “pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada pegadaian syariah pasar baru indramayu,” *Jurnal Ekonomi Rabbani* 1, no. 2 (November 14, 2021): 79–94, <https://doi.org/10.53566/jer.v1i2.44>.

minat nasabah. Variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Secara simultan variabel fluktuasi harga emas dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah. Nilai kontribusi sebesar 38,8%.

10. Sodik<sup>26</sup> (2017) penelitian yang berjudul “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah Raden Intan Bandar Lampung”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, secara simultan variabel independen memiliki pengaruh yang kurang positif terhadap variabel dependen. Hal ini dibuktikan dengan uji F yang hanya menghasilkan nilai Fhitung < Ftabel yaitu  $1,090 < 6,90$ . Untuk kontribusi fluktuasi harga emas dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap minat bertransaksi nasabah tidak terlalu besar yaitu sebesar 1,9% dan sisanya 98,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

**Tabel 1.3**

**Perbedaan dan Persamaan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Dilakukan oleh Peneliti**

No	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah dan Mustika (2020)	Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank BRI Syariah, Tbk	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yang digunakan yaitu variabel Religiusitas dan variable dependen Keputusan nasabah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent pengetahuan produk dan fluktuasi harga serta objek

<sup>26</sup> Muhamad Sodik, “pengaruh fluktuasi harga emas terhadap minat bertransaksi nasabah pegadaian syariah (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung 2016-2017)” (Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2018), <http://repository.radenintan.ac.id/2980/>.

No	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)		penelitian produk cicil emas BSI
2	Anjas Mara, Abdullah Sani dan M Arfan Harahap (2023)	Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yang digunakan yaitu pengetahuan produk dan religiusitas, serta variable dependen yaitu Keputusan nasabah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent fluktuasi harga emas dan objek penelitian produk cicil emas BSI
3	Fajar R Maulana, Nevi Hasnita dan Evriyenni (2020)	Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent pengetahuan produk dan variable dependen Keputusan nasabah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent religiusitas, fluktuasi Harga Emas dan objek penelitian yang berbeda
4	Tri E Kosnia dan	Pengaruh Pengetahuan,	Persamaan penelitian ini	Perbedaan penelitian ini

No	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Clarashinta Canggih (2022)	Religiusitas, Motivasi Serta Persepsi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Jawa Timur)	dengan penelitian penulis adalah variable independent yang digunakan yaitu variable pengetahuan dan religiusitas	dengan penelitian penulis adalah variable independent yaitu Fluktuasi Harga Emas dan objek penelitian yang berbeda
5	Angga Setiawansyah, Muhizar Mughtar dan Muhammad Saleh (2023)	Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna Di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yang digunakan yaitu variable religiusitas dan pengetahuan produk serta variable dependen Keputusan nasabah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent fluktuasi harga emas dan objek penelitian yang berbeda
6	Harini Abrilia Setyawati (2021)	Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable

No	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening	independent yang digunakan yaitu pengetahuan produk dan religiusitas, serta variable dependen Keputusan pembelian	independent yaitu Harga Emas dan objek penelitian yang berbeda
7	La Ode Anto, Satira Yusuf dan Elvi Rezki Andari (2022)	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yang digunakan yaitu variable harga dan variable dependen Keputusan pembelian	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yaitu variable religiusitas dan pengetahuan produk serta objek penelitian yang berbeda
8	Mochamma d Zainul Arifin, Agus Widarko dan Arini Fitria Mustapita (2023)	Pengaruh Produk Tabungan Emas, Citra Merek Dan Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Studi Pada Nasabah Di	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yang digunakan yaitu Harga emas dan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable religiusitas dan pengetahuan produk serta objek

No	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Kantor Cabang Dieng Kota Malang)	variable dependen Keputusan nasabah	penelitian yang berbeda.
9	Alvien S Haerisma, Makmuri Ahdi dan Laelatul Adha (2021)	Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yang digunakan yaitu Fluktuasi Harga Emas	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yaitu religiusitas, pengetahuan produk, dan variable dependen Keputusan nasabah
10	Sodik (2017)	Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah Raden Intan Bandar Lampung	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yang digunakan yaitu variable Fluktuasi Harga Emas	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variable independent yaitu variable religiusitas, pengetahuan produk dan variable dependen Keputusan Nasabah

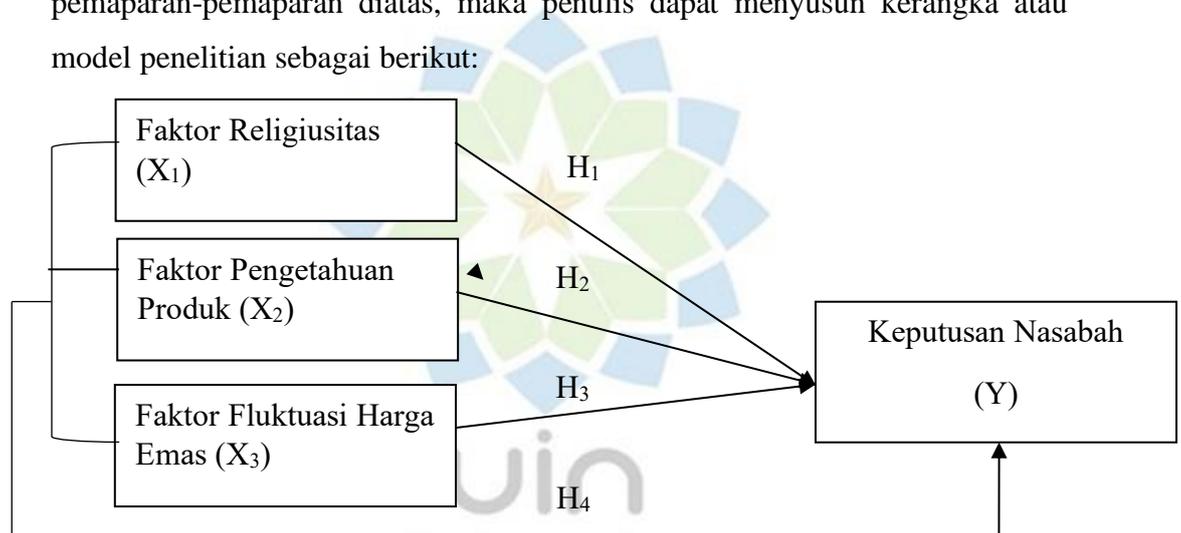
Sumber: Data Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel diatas, ada beberapa penelitian yang memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian ini baik variabel independent (bebas), variabel

dependen (terikat), jenis penelitian, maupun objek penelitian. Pada penelitian ini, akan difokuskan kepada tiga variabel independent (bebas) yaitu pengaruh religiusitas, pengetahuan produk dan fluktuasi harga emas. Sedangkan variabel dependen (terikat) yaitu keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia *Cluster* Bandung Timur.

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah sebuah gambaran yang berupa konsep yang menjelaskan hubungan antar variabel satu dengan variabel lainnya. Berdasarkan pemaparan-pemaparan diatas, maka penulis dapat menyusun kerangka atau model penelitian sebagai berikut:



Sumber: Data Olahan Penulis, 2024

**Gambar 1.4 Model Penelitian**

Gambar tersebut menjelaskan bahwa:

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan cicil emas di BSI *Cluster* Bandung Timur antara lain adalah faktor religiusitas, pengetahuan produk dan fluktuasi harga emas. Ketiga faktor tersebut juga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

### G. Hipotesis

Sesuai dengan kerangka pemikiran di atas, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- a. H<sub>1</sub>: Faktor Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di BSI *Cluster* Bandung Timur
- b. H<sub>2</sub>: Faktor Pengetahuan Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di BSI *Cluster* Bandung Timur
- c. H<sub>3</sub>: Faktor Fluktuasi Harga emas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di BSI *Cluster* Bandung Timur
- d. H<sub>4</sub>: Faktor Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Fluktuasi Harga Emas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan cicil emas di BSI *Cluster* Bandung Timur

